

U N A M

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Posgrado en Artes Visuales

Esténcil y aerosol: ¿de la rebeldía gráfica a la conciencia política?

Intervenciones urbanas en los muros de la ciudad de Oaxaca

Tesis que presenta Rafael Moreno Arnáiz

para optar por el título de Maestro en Artes Visuales

Orientación Pintura

Directora: Blanca Gutiérrez Galindo



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

CONTENIDO

Introducción	2
Capítulo 1. Arte, esfera pública y esténcil	8
1.1 Esfera pública y ciudad	9
1.2 Esfera pública, arte público y arte institucional	12
1.3 Arte, esténcil y <i>graffiti</i>	21
1.4 Oaxaca 2006: esfera pública y esténcil	27
Capítulo 2. El esténcil: producción, distribución y consumo	31
2.1 El esténcil como fenómeno histórico	32
2.1.1 Esténcil: historia de una técnica	32
2.1.2 El esténcil y el <i>graffiti</i> urbano en el siglo XX	33
2.1.3 <i>Graffiti</i> , esténcil y política en México, 1960-1980	35
2.1.4 Esténciles en Oaxaca 2000-2006: rebeldía y conciencia	36
2.2 Anatomía del esténcil: como técnica, como práctica, como medio expresivo, como vehículo de ideas.	41
2.2.1 Esténcil	42
A) Producción	42
B) Distribución	58
C) Consumo	61
2.2.2 <i>Graffiti</i>	70
A) Producción	72
B) Distribución	77
C) Consumo	78
2.2.3 Esténcil y <i>graffiti</i> : similitudes y diferencias	79
Capítulo 3. Esténcil: casos oaxaqueños. La calle, la APPO y otras...	86
3.1 Cultura urbana	88
3.2 Imágenes sociales y políticas	90
3.3 Esténcil y arte	101
Esbozo de conclusión	107
Bibliografía	114



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INTRODUCCIÓN

Is graffiti art or vandalism? That word has a lot of negative connotations and it alienates people, so no, I don't like to use the word 'art' at all.

banksy. www.banksy.co.uk¹



fig. 1.1, 1.2 Fotografía: Romina Hierro

Cuando llegué a Oaxaca en 1997 pintaba sin preocuparme por qué lo hacía. Llegué a hacer hasta dos exposiciones individuales al año, producía obra de pequeño, mediano y gran formato –encáustica principalmente, óleo y acrílico también– así como obra sobre papel. ¿A quiénes llegaba esa obra, qué tipo de personas visitaban las galerías –públicas y privadas– en

¹ **¿El graffiti es arte o vandalismo?** Esa palabra tienen muchas connotaciones negativas y aliena a las personas, así que no, no me gusta en absoluto usar la palabra 'arte'.
banksy, www.banksy.co.uk



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

las que mostraba ese trabajo, qué impacto tenía en la sociedad oaxaqueña? Fuera de los mismos productores plásticos y los mismos aficionados (muchos de los cuales son extranjeros o mexicanos de otras entidades vecindados en la ciudad), pocos oaxaqueños-oaxaqueños entraban a los museos y galerías.

Como productor visual me he cuestionado los últimos siete años acerca de la pertinencia de los circuitos de distribución de mi disciplina en particular: la pintura. Tanto me cuestiono que mi producción ha disminuido hasta la desaparición, y exponer me tiene sin cuidado. En este mismo período de tiempo apareció en Oaxaca (o me percaté de su aparición) otro tipo de intervención gráfica en las paredes de la ciudad diverso al *graffiti* de pandilla. Este último es más una marca territorial. Está hecho a mano libre con botes de pintura en aerosol y tiene que ver con la caligrafía. Estas nuevas intervenciones son gráficas (que no caligráficas) y algunas casi plásticas. Aunque el material sigue siendo la pintura en aerosol, las imágenes se hacen con plantillas (esténcil), a veces directamente en el muro, a veces sobre papel revolución que luego se encola a las paredes. Algunas se pintan directamente con brocha y pintura.

Por supuesto, hacer esto es ilegal: atenta contra la propiedad privada, al igual que el *graffiti*. Pero los esténciles van más allá. El esténcil es un vehículo de comunicación comunitaria que aspira a llegar a un público más amplio, y como tal forma ya parte importante de nuestra cultura visual.

Algunos son líricos, otros son cómicos; otros más tienen sesgo social o político.

El estudio de la génesis de esta expresión pública en la ciudad de Oaxaca, el registro de las intervenciones (imágenes, muchas imágenes), la búsqueda de las motivaciones, ese será el objeto de este trabajo.

Esta investigación busca registrar un fenómeno visual paralelo al arte; primero, caracterizarlo claramente, distinguiéndolo de otras modalidades de pintas callejeras y de otros tipos de arte público. Después, tratará de confrontar el fenómeno con el arte instituido y con el arte público autoconsciente, comparando los respectivos mecanismos de apropiación de espacios urbanos, de los modos de hacer y de participar en ellos tanto desde el punto de vista de la producción como de la distribución y el consumo.

Así, en el primer capítulo plantearé un panorama sumario del arte público contemporáneo dentro de la esfera pública, dentro de la ciudad como espacio simbólico; sus motivaciones y reclamos hacia las estructuras del poder político, social y hacia el arte institucional; sus tácticas de resignificación y apropiación del territorio urbano. En ese contexto buscaré insertar el estencil como un fenómeno nómada e híbrido entre elementos populares, culturales y artísticos, para plantear después su situación en Oaxaca entre el año 2000 y el 2006.

En el capítulo segundo, después de hacer un esbozo histórico que relacione la antigua técnica decorativa de pintar con plantillas (esténcil) con la práctica moderna de la intervención urbana, su vínculo con ideologías rebeldes y su principio de apropiación del espacio público, ensayaré una caracterización teórica del fenómeno del esténcil, desde la descripción material y técnica de su realización hasta su sentido e implicaciones culturales, sociales y artísticas desde la perspectiva del materialismo histórico y los estudios culturales. Confío que este panorama ayudará a distinguir al esténcil del *graffiti* “tradicional”.

Finalmente, en el capítulo tercero intentaré hacer una tipología del esténcil en Oaxaca desde el año 2000 al 2006, proponiendo tres categorías que concreten el análisis de las imágenes recopiladas en el trabajo de campo.

El material fotográfico reunido es parte esencial de la investigación. Debo las mejores imágenes a la mirada sibilina, precisa y sensible de Romina Hierro. La generosidad de Carlos Franco –que ha registrado cuidadosamente todo el movimiento magisterial oaxaqueño– me proporcionó muchas fotografías que ilustran el esbozo de conclusión. Además de las imágenes que ilustran el texto, adjunto un CD con todo el material que registré, y una carpeta con imágenes tomadas en la ciudad de Cuicatlán, Oaxaca, cortesía de Eloïse Ciceron.



fig. 1.3, 1.4 fotografía: Romina Hierro

El título tentativo (ahora definitivo), *Esténcil y aerosol: ¿de la rebeldía gráfica a la conciencia política? Intervenciones urbanas en los muros de la ciudad de Oaxaca* planteaba (plantea) una de mis hipótesis de trabajo: que el esténcil tiene una capacidad de significar, resignificar y comunicar ideas visualmente que otro tipo de pintas callejeras no tiene. De fundamental importancia es el giro que dió mi investigación entre mayo y noviembre del 2006, cuando el plantón que cada año hacen los maestros de las escuelas federales de Oaxaca (sección 22 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación) se convirtió en un movimiento político-social, surgió la APPO y ocurrieron los hechos violentos y la resistencia civil, las barricadas y el desalojo final con la fuerza policíaca federal. La apropiación y resignificación del espacio público mediante el esténcil durante estos

acontecimientos vinieron a reforzar el título de esta investigación y la hipótesis de la que surgió.

Como apunté más arriba, el estencil es un fenómeno nómada, híbrido, proteico; la metodología con la que intento aprehenderlo resultó híbrida y nómada también, en parte por la naturaleza del problema, en parte por la poca bibliografía específica disponible. Partiendo de un enfoque más “duro”, el del materialismo histórico de los trabajos del maestro Juan Acha, los filósofos de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Benjamin y su epígono Habermas), fuí derivando hacia los teóricos de la posmodernidad (Roland Barthes, Hal Foster, etc.), para tejer después perspectivas más “blandas” y “flexibles”: las “Artes de hacer” de Michel de Certeau, las “Culturas híbridas” de Néstor García Canclini, la teoría sobre el arte público (Paloma Blanco, Fernando Gómez Aguilera, Lucy Lippard y Susan Lacy), los rizomas y nomadismos de Gilles Deleuze. Todo ello apoyado con la “teoría desde dentro” del estencilero británico *banksy* y las compilaciones que sobre el estencil del mundo han hecho Tristan Manco y Josh Macphee.

RESUMEN

Esta investigación busca registrar un fenómeno visual paralelo al arte; primero, caracterizarlo claramente, distinguiéndolo de otras modalidades de pintas callejeras y de otros tipos de arte público. Después, tratará de

confrontar el fenómeno con el arte instituido y con el arte público autoconsciente, comparando los respectivos mecanismos de apropiación de espacios urbanos, de los modos de hacer y de participar en ellos tanto desde el punto de vista de la producción como de la distribución y el consumo.

En el capítulo uno plantearé un panorama del arte público contemporáneo en la esfera pública; sus motivaciones y reclamos hacia el poder político, social y hacia el arte institucional; sus tácticas de resignificación y apropiación del territorio urbano. En ese contexto buscaré insertar el estencil como un fenómeno nómada e híbrido, para plantear después su situación en Oaxaca entre el año 2000 y el 2006.

En el capítulo dos, después de hacer un esbozo histórico que relacione la técnica decorativa de pintar con plantillas con la práctica moderna de la intervención urbana, su vínculo con ideologías rebeldes y su principio de apropiación del espacio público, ensayaré una caracterización teórica del fenómeno del estencil: técnica, sentido e implicaciones culturales, sociales y artísticas.

Finalmente, en el capítulo tres intentaré hacer una tipología del estencil en Oaxaca desde el 2000 al 2006, proponiendo tres categorías que concreten el análisis de las imágenes recopiladas en el trabajo de campo.

CAPÍTULO 1: Arte, esfera pública y esténcil

Las realidades son procesos y, como tales, van invalidando los conocimientos que se han obtenido de ellas; en el caso de que estos no se invaliden, puede aparecer un nuevo instrumental que permita enfocar aspectos ignorados, o bien observar de otra manera aspectos conocidos, facilitando en cualquier caso la producción de nuevos conocimientos. (Acha, 1990:12)

Comienzo con esta cita ya que estoy consciente de que este trabajo trata sobre manifestaciones gráficas populares en mayor o menor medida. No surgen directamente del sistema del arte, aunque algunos de sus productores tengan formación artística o busquen reconocimiento como artistas. A pesar también de que algunos artistas y críticos estadounidenses las hayan catalogado como *street art*, “arte callejero”.

Mi intención, parafraseando al maestro Juan Acha, es que esta investigación sea un nuevo instrumental que permita ver y pensar estas expresiones desde otro punto de vista y, comparándolas con las del sistema del arte, cuestionar ambas formas de producción y las maneras en que sus públicos acceden a ellas.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

1.1 Esfera pública y ciudad

El campo de acción de estos fenómenos visuales es la *esfera pública*. Comenzaré por esbozar este concepto para contextualizarlos y buscar sus puntos de contacto con las prácticas artísticas en dicha esfera.



fig. 1.1, 1.2 Fotografía: Romina Hierro

Entiendo por esfera pública el conjunto de condiciones en el que las personas practican y dirimen los asuntos relativos a la comunidad: condiciones físicas, temporales y logísticas; también condiciones “prácticas, vernáculas, psicológicas, sociales, culturales, ceremoniales, étnicas, económicas, políticas e históricas” (Jeff Kelley, citado por Blanco et al., 2001:32) Las ciudades y los medios de comunicación (con todas las dimensiones

antes mencionadas) constituyen la mayoría de la esfera pública de nuestros tiempos. Las ciudades, con su concentración de posibilidades y con su cúmulo de problemáticas:

Hay que afrontar sin más demora que las ciudades han pasado de ser el mejor instrumento del que se ha dotado la Humanidad para satisfacer sus múltiples necesidades, a ser focos desestabilizadores y desestabilizados en su interior, donde las tensiones y disfunciones tradicionales se incrementan, a la par que se acelera la depredación de sus entornos inmediatos y contribuyen (en forma severa) a la crisis ambiental a escala planetaria.

Demenche Morón, Concha. *La ciudad, paradigma de la nueva crisis. Madrid como ejemplo.* En *Documentación Social. Revista de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada*, abril-junio 2000 n° 119: *Ciudades habitables y solidarias* Cáritas Española, p.42. (Citada por Gómez Aguilera, 2004:36)

Es importante, sin embargo, resaltar que 'esfera pública' y 'ciudad' no necesariamente coinciden punto por punto. Nestor García Canclini reseña cómo algunos sociólogos, antropólogos y urbanistas propusieron "la ciudad" como noción abarcadora de muchos procesos, identificándola con la esfera pública. Sin embargo, el estudioso argentino apunta que

A diferencia de lo observado por Habermas en épocas tempranas de la modernidad, la esfera pública ya no es el lugar de participación racional desde el que se determina el orden social. (García Canclini, 2003:266)

Paulatinamente, el espacio público físico ha ido perdiendo importancia como foro social para convertirse en un no-lugar, el hiato entre dos puntos, que sirve para ir de la casa al trabajo, a la escuela, al centro comercial y de regreso. En compensación, gran parte de la esfera pública se mediatiza: la radio primero, la televisión después y ahora la Internet son foros de mayor importancia que las manifestaciones, marchas u otros actos de

participación masiva: 'La "cultura urbana" es reestructurada al ceder el protagonismo del espacio público a las tecnologías electrónicas.' (García Canclini, *op. cit.*:269)

Tendemos a pensar la ciudad como el lugar geográfico, representable en un mapa (lo que Blanca Gutiérrez Galindo llama la "Ciudad-concepto" Gutiérrez Galindo, 2003:8). Sin embargo, la esfera pública y la ciudad 'real', como las vivimos, no coinciden totalmente con este lugar. Autores como Henri Lefevre, Maurice Merleau-Ponty y Michel de Certeau distinguen entre diferentes 'tipos de espacio' (cada uno con su nomenclatura). En su esclarecedor artículo sobre la obra de Michel de Certeau, *Prácticas del espacio, artes de la indisciplina*, Blanca Gutiérrez Galindo propone que:

Ajena a los poderes de las prácticas del espacio, la Ciudad-concepto opera en el ámbito de la ley de lo propio, de la localización específica y estable de las estrategias, opera, en suma, en el ámbito del "lugar". (Gutiérrez Galindo, 2003:8)

Aquí la autora utiliza el concepto de "lugar" siguiendo a De Certeau, para quien

Un *lugar* es el orden (cualquiera que sea) según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia. Ahí pues se excluye la posibilidad para que dos cosas se encuentren en el mismo sitio. Ahí impera la ley de lo "propio": los elementos considerados están unos *al lado* de otros, cada uno situado en un sitio "propio" y distinto que cada uno define. Un lugar es pues una configuración instantánea de posiciones. Implica una indicación de estabilidad. (De Certeau, 2000:129)

Pero así no sentimos ni habitamos ni actuamos en nuestra ciudad. Para entender esta paradoja, De Certeau introduce el concepto de "espacio":

Hay *espacio* en cuanto que se toman en consideración los vectores de dirección, las cantidades de velocidad y la variable del tiempo. (...) Espacio es el efecto producido por las operaciones que lo orientan, lo circunstancian, lo temporalizan y lo llevan a funcionar como una unidad polivalente de programas conflictuales o de proximidades contractuales. (...) la oposición entre “lugar” y “espacio” remitirá más bien, en los relatos, a dos tipos de determinaciones: una, por medio de los objetos que finalmente podrían reducirse al *estar ahí* de un muerto, ley de un lugar (...) otra, por medio de *operaciones* que, atribuidas a una piedra, a un árbol, o a un ser humano, especifican “espacios” mediante las acciones de *sujetos* históricos... (De Certeau, 2000:129-130)

Gutiérrez Galindo afirma que el espacio así entendido es un “lugar practicado”, un lugar en el que las personas hacemos, fabricamos modos de hacer. Podríamos establecer un paralelismo entre el “espacio” de De Certeau y el “territorio” de Gilles Deleuze, para vincular estas dos ideas con la de “nomadismo” que será importante para esta investigación. En su artículo sobre el filósofo francés, Maite Larrauri aclara que

...Deleuze emplea la palabra “territorio” para referirse a la potencia particular de cada individuo(...): es el espacio que ocupa un cuerpo vivo mediante los afectos de los que es capaz. (...) Así pues, el territorio no es algo cerrado (...) El territorio es devenir, se deja invadir o invade, se puebla, se desertiza. (Larrauri, 2000:5)

Todo lo anterior nos puede ayudar a vislumbrar la ciudad como un espacio simbólico, como las "prácticas del espacio" que propone De Certeau. Como lo sintetiza Blanca Gutiérrez Galindo,

Exteriores al espacio geométrico o geográfico de las construcciones visuales y teóricas de la ciudad panorama, de su planificación y legibilidad, las prácticas del espacio operan, dice De Certeau, dentro de la experiencia antropológica, poética y mítica del espacio escribiendo un texto que, sin autor ni espectador y formado por fragmentos de trayectorias, altera las leyes urbanísticas para escribir en el texto



fig. 1.3, 1.4 fotografía: Romina Hierro

mismo del discurso una historia interminable, metafórica y transhumante.
(Gutiérrez Galindo, 2003:8)

1.2 Esfera pública, arte público y arte institucional:

La esfera pública sería entonces esta "experiencia antropológica, poética y mítica del espacio", que incluiría procesos, lugares físicos, personas, rituales y medios electrónicos que relacionan unos con otros. Las prácticas del estencil y el *graffiti* operan pues en la esfera pública. Como hay poca teorización al respecto, intentaré servirme de un *corpus* teórico paralelo con el que en ocasiones hay coincidencias: el del arte público. Fernando Gómez Aguilera, en su artículo *Arte, ciudadanía y espacio público* (on the w@terfront nr.5, publicación electrónica de la Universidad de Barcelona) se pregunta: Por arte público se entienden obras y comportamientos estéticos muy distintos. El término arte público carece de una definición concreta. ¿Consiste el arte público en instalar

esculturas ocasionales en los espacios públicos? ¿Es el arte encargado, pagado y propiedad del Estado, en museos y en el exterior? ¿Se trata de decorar plazas y calles con objetos varios de naturaleza creativa? [...] ¿Es un arte para mayorías? [...] ¿Se trata de una propuesta que debe interpretar y dar respuestas a problemas y necesidades colectivas? ¿Remite a una función social? ¿Arte público son comportamientos creativos que participan en el debate político y social, discutiendo y criticando cuestiones políticas, sociales, culturales y económicas, incluidos los propios sistemas de control de la producción simbólica y de circulación de los procesos de significación y representación...? ¿Está obligado el arte público a dialogar con el emplazamiento, en tanto que espacio físico y sociocultural o cívico?...

(Gómez Aguilera, 2004:45)

El autor español nos plantea toda una maraña de cuestionamientos implícitos en el desarrollo de las prácticas artísticas de los últimos ciento veinte años, y de las relaciones de dichas prácticas con el poder político y cultural por un lado, y con los espectadores, el público, por el otro.

Parece ser que *siempre* hubo arte público, ¿cierto? En el pasado, antes del siglo XX, todo edificio, escultura o mural que tuviese función conmemorativa, ritual, religiosa, inclusive función estética, decorativa, estaba a la vista de todo el mundo. ¿Por qué entonces tantas preguntas? Seguiré el artículo *Museos y arte contemporáneo* de Blanca Gutiérrez Galindo para contextualizar el desarrollo histórico de las prácticas artísticas a partir del siglo XX, el espacio simbólico de su exhibición y las prácticas de consumo de sus públicos.

Las esculturas conmemorativas son *públicas*. A diferencia de las obras propiedad de coleccionistas privados, las obras que están en un museo (esculturas, pinturas, arte objetual, fotografías, instalaciones *et al.*) también son *públicas*: cualquiera que entre a estas instituciones (de entrada gratuita o pagando el acceso) puede contemplar, disfrutar, enfrentar ese arte. ¿Son o no son estos casos ‘arte público’? Para elucidar este punto tenemos que revisar los planteamientos de las teóricas del arte público, que lo oponen a la “estética del monumento”, lo que sarcásticamente llaman en inglés “plop sculpture”: una obra (contemporánea o no) que se “tira” en un espacio público (plaza, cruce de avenidas, frente a un edificio) por decreto del gobierno o de alguna institución privada sin tomar en cuenta ni al entorno ni a las personas que habitan y transitan por ese espacio. “Plop” es la onomatopeya del sonido que hace al caer un objeto tirado descuidadamente; tiene también la connotación del sonido del estiércol al caer al suelo. Como veremos más adelante, el arte público contemporáneo hace especial énfasis en la inclusión del entorno natural y/o arquitectónico-urbanístico en la obra, y de manera más radical, la participación no pasiva del público –la noción de *site-specific*, algo así como especificidad de sitio o, siguiendo a De Certeau especificidad de *espacio* (¿especificidad?) un arte pensado en términos no de “univocidad y estabilidad”, sino en términos de ‘vectores de salida del territorio’ (Deleuze), alrededor de las experiencias de las personas, de sus poéticas cotidianas, de sus mitos locales.

Al inicio del siglo veinte, con el inicio del desdibujamiento de las bellas artes, se producen 'objetos' en el seno de vanguardias como el constructivismo, el dadaísmo y el surrealismo que traspasan las clasificaciones tradicionales (pintura, escultura, arquitectura) y buscan escapar (y a veces cuestionar y demoler) el espacio reservado a los objetos artísticos tradicionales: el museo y la galería. Las nuevas dimensiones y requerimientos espaciales de estos objetos ponen en crisis las relaciones entre el arte y sus espacios de exhibición.¹ En el artículo al que hice referencia, Blanca Gutiérrez Galindo afirma:

Pero no sería sino hasta los años 60, cuando los artistas desarrollan su trabajo en busca de nuevos materiales y soportes y enmarcados en una reflexión crítica sobre los límites del arte, de sus condiciones de presentación y recepción, cuando los museos y las galerías de arte moderno se verían desbordados. El minimalismo y el situacionismo, así como sus desarrollos en el arte conceptual, el performance, el arte corporal, el arte para sitios específicos y más recientemente el arte medial desafiaban la concepción de la obra de arte tradicional y ponían en evidencia los límites del museo. (Gutiérrez Galindo, 2003:4)

El Situacionismo formuló una crítica particularmente destructiva hacia el sistema institucional del arte. Así lo plantea el teórico italiano Mario Perniola, que estuvo en la órbita de la IS, ha escrito un libro sobre el

¹ Gutiérrez Galindo, Blanca. **Museos y arte contemporáneo**. p.2

Situacionismo e incluso logró mantenerse muchos años en buenos términos con Debord:

Entre los numerosos movimientos artísticos que, a lo largo del siglo XX han cuestionado la noción de arte, la Internacional Situacionista ha sido el más radical, el que ha producido un rechazo efectivo del mundo del arte. Sin embargo, el movimiento, nacido en Italia en 1957, en su primera fase se manifestaba bajo el aspecto de una vanguardia artística. Pero poco después, en el seno del grupo se condenaron las tendencias de la modernidad y toda práctica artística se tildó, drásticamente, <<antisituacionista>>. En efecto, prevaleció el ala teórica personificada por Debord, quien centró la atención de la I.S. en la crítica de la sociedad neocapitalista. (Perniola, 2002:86)

Desde el título de su obra capital *La sociedad del espectáculo*, Guy Debord – líder de la I.S.– plantea ya los fundamentos de su crítica: nuestra sociedad basa sus métodos de control y poder en la simulación, todos los procesos (sociales, políticos, artísticos, etc.) se espectacularizan, quedando así vacíos.

Para entender esto, dice Mario Perniola que hay que enfocarse en

(...) la noción de la que el I.S. toma su nombre, es decir, la situación. Ésta asume su pleno significado en oposición al espectáculo. Mientras este último es <<una relación social entre individuos, mediada por las imágenes>>, la situación es más bien un evento, una dimensión del acaecer que implica una fuerte experiencia del presente y que conlleva una cierta coincidencia de libertad y de destino.

(Perniola, 2002:87)

Desde su postura ultra radical, Debord lleva así al extremo la oposición entre arte y vida. Y opta por la vida, la situación, abandonando el arte.

De manera simultánea, y paralelamente al *boom* del mercado del arte de los años sesenta, de las galerías neoyorkinas que determinaban el ascenso y descenso de las estrellas *pop*, se gestaban y desarrollaban prácticas artísticas que buscaban minar –o al menos cuestionar– el espacio de encuentro entre el arte y el público. Las acciones efímeras de las *performances*, al estar fundamentadas en el tiempo y no en el espacio; las intervenciones del *land art*, al estar en sitios alejados y tener dimensiones de accidentes geológicos; las variantes del arte conceptual; todas ellas buscaban no ser objetos mercantilizables, ser nuevos lenguajes que salvaran el abismo entre arte y vida. Pero las argucias del sistema de mercado son infinitas y los artistas, inmersos en él, tienen necesidades económicas: las obras no eran mercantilizables ni museables, pero su registro sí: bocetos, maquetas, fotografías, videos, grabaciones sonoras... Los coleccionistas de arte contemporáneo (particulares e instituciones) comenzaron a atesorar esas ‘reliquias’ como sucedáneo de la realidad. Y si regresamos a las prácticas de la indisciplina de De Certeau, los artistas, ante las estrategias rígidas de museos, galerías e instituciones culturales públicas y privadas han ido desarrollado “tácticas nómadas” para entrar y salir de esas estructuras, obteniendo una ganancia marginal a cambio –y no siempre en términos económicos.

El panorama del arte al finalizar el siglo XX es mucho más complejo que el que aparentan las grandes subastas de Christie’s o Sotheby’s, en las que

el cuadro y la escultura siguen siendo los objetos centrales. Es cierto que el mercado del arte en su mayoría sigue demandando cuadros (a veces muy buenos, a veces muy críticos hacia el sistema que los consume) para satisfacer a los coleccionistas. Pero, como vimos anteriormente, las prácticas artísticas no se reducen a eso. Los no objetualismos, las acciones artísticas y más recientemente las artes mediáticas ponen en entredicho al mercado y a las “condiciones de presentación y recepción de la obra artística”². Como postula el teórico francés Nicolas Bourriaud en su libro *Post producción. La cultura como escenario: modos en los que el arte reprograma el mundo contemporáneo*, todas estas prácticas artísticas [las de los años 80 a la fecha] ... atestiguan una voluntad de inscribir la obra de arte en el interior de una red de signos y significaciones, en lugar de considerarla como una forma autónoma y original. (Bourriaud, 2004:13)

Retomando el hilo del arte público, Fernando Gómez Aguilera subraya los problemas teóricos a los que nos enfrentamos citando a Harriet Seine, que en la introducción de su libro *Contemporary Public Sculpture* se cuestiona sinceramente:

Los problemas endémicos del arte público en una democracia comienzan por su propia definición. ¿Cómo puede ser algo al mismo tiempo público (democrático) y arte (elitista)? [...] ¿Qué hace que el arte sea público, su esencia, su forma o su localización?

(Citada por Gómez Aguilera, 2004:45)

² Gutiérrez Galindo, Blanca. *Museos y arte contemporáneo*. p.1

Tras este panorama incierto, Gómez Aguilera (siguiendo básicamente a las teóricas Paloma Blanco, Lucy Lippard y Suzanne Lacy) esboza dos líneas de arte público, diversas formal y conceptualmente: primero, aquella que está relacionada con la ...contextualidad espacial [...] se vincula al espacio urbano, al entorno, del que recibe la energía y la información que la configuran y al que se incorpora, dándole significación y personalidad. (Gómez Aguilera, 2004:45)

Esta línea hace del *site-specific* su concepto central alrededor del cual gira todo lo demás.

En la segunda línea ...se identifica un arte público crítico y político, relacionado con comportamientos de los 60 y 70 (conceptual, performance y prácticas feministas de los 70), con múltiples desarrollos de los 80 y 90. Inciden en la esfera pública de opinión, normalmente mediante estéticas e ideologías críticas, e incluyen el activismo.

(Gómez Aguilera, 2004:45)

Esta clasificación ubica dichas prácticas en la esfera pública, pero como no resuelve la cuestión planteada por Harriet Seine relativa a “¿Qué hace que el arte sea público, su esencia, su forma o su localización?”, Fernando Gómez Aguilera sugiere:

Quizá el arte público, que es un arte sin estilo, fuera de paradigma, esté vinculado con contextos públicos y/o socio-culturales concretos a los que aporte significados estéticos, cívicos, comunicativos, funcionales, críticos, espaciales y emocionales específicos y en términos de presente. Y quizá deba también poner en relación esos contextos con la vida (deseos, necesidades, problemas...) de las personas de la comunidad en que se inserta, cuyos ecos propios está interesado en escuchar e interpretar, en el marco de un proyecto

cooperativo, con el propósito de contribuir a mejorar la calidad de vida ciudadana...

(Gómez Aguilera, 2004:45)

Desde esta perspectiva, el estencil *puede* considerarse en cierto modo como arte público. Así lo manifiesta el artista y teórico español Fernando Araújo en su artículo en Internet *Arte público y tecnologías digitales*, en el que investiga las relaciones actuales entre las prácticas artísticas en la esfera pública y las desarrolladas en ambientes mediáticos:

...la intervención ciudadana anónima y alegal (*graffiti, stencil art, adbusting*) se camufla en un escenario que se percibe como un texto, y un texto hostil que hay que sobrescribir, modificar, intervenir, reinterpretar. A pesar de sus limitaciones y del escaso vuelo de muchas de sus manifestaciones, es esa voluntad de sobrescribir el decorado la que emparenta el *street art* con esa nueva formulación más rica del arte público de la que hablamos. (Araújo, 2004:3)

1.3 Arte, esténcil y graffiti

In a World saturated with high-priced corporate imagery, beyond just having a charming aesthetic, the stencil is a cheap and effective way for an artist or activist to put their work in front of the public and level the playing field. ³

Shepard Fairey citado por Manco, Tristan, 2002:6

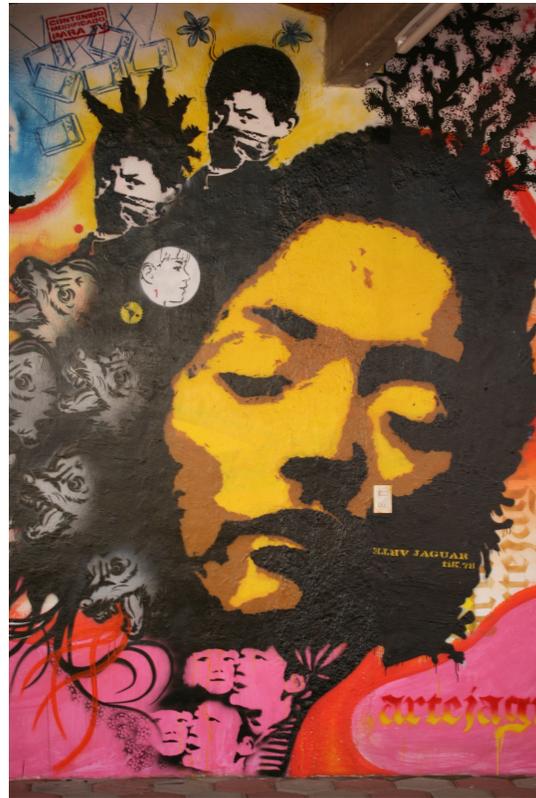


fig. 1.5, 1.6. Fotografía: Romina Hierro

Este apartado camina en terreno resbaloso: ¿pueden algunos esténciles considerarse dentro del campo del arte? ¿En dónde está la línea divisoria entre los que sí y los que no? ¿Es suficiente que una persona que hace esténcil tenga formación artística para que su quehacer sea artístico? ¿Importa más la intención, la calidad gráfica, el contenido? Difícil cuestión.

³ En un mundo saturado con costosas imágenes corporativas, más allá de tener una estética atractiva, el esténcil es una forma barata y efectiva con la que un artista o activista pone su obra frente al público y así equilibrar el tablero de juego.

¿Qué relación hay entre un sistema cerrado, reglamentado, profesionalizado, teorizado y mercantilizado como el sistema formal del arte y el estencil, que busca romper reglas, que explora –quizá inconscientemente– con el espíritu iconoclasta de las vanguardias y neovanguardias artísticas del siglo XX?

El estencil que se refiere al arte, los artistas que hacen estencil. ¿Qué pasa con una exposicion de cuadros pintados ‘al estencil’? No son sistemas del todo separados; por ejemplo, la gráfica y los estenciles del 68 y los 70 en México tienen influencias en común, como el Taller de la Gráfica Popular. Y muchas de las personas productoras eran estudiantes de artes en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, la antigua Academia de San Carlos y La Esmeralda. Hoy día sucede algo similar, muchos fabricantes de estenciles son estudiantes de arte o tienen una formación artística o de diseño. También está la vertiente tecnologizada del estencil, en la que no es necesario saber dibujar: con una buena computadora y un programa de captura y edición digital de imágenes cualquiera puede manipular una fotografía, imprimirla y en base a esta impresión cortar la plantilla. Incluso, para ir más allá del mero anonimato individual, algunos fabricantes de estencil ponen en Internet el diseño de las plantillas para que quien sea, en cualquier parte del mundo pueda bajarlas, imprimirlas, cortarlas y pintarlas en los muros de su ciudad: un anonimato colectivo. Una oposición frontal a

la búsqueda de reconocimiento, característica del sistema del arte institucionalizado.

Pero no todo es libertad y rebeldía. A raíz del interés que el estencil ha despertado en los últimos años, se han publicado libros y se han desarrollado páginas web en las que se muestran los trabajos de sus exponentes más “reconocidos”. Algunos conservan celosamente el anonimato bajo su seudónimo y su capucha; otros usan su nombre real (y se muestran en fotografía) sin miedo a la represalia policíaca, o después de haberse retirado a actividades menos “alegales”, como el diseño, la ilustración o, incluso, las artes. ¿El sistema de mercado comienza a absorber al estencil?

Habría que explorar más bien hacia las intencionalidades: ambos sistemas producen bienes simbólicos. ¿Cómo inciden estos productos simbólicos en nuestra cultura, en qué se parecen y en qué se diferencian sus efectos? ¿Un producto simbólico debe hacerse con intención artística para que sea considerado ‘arte’? ¿O sería más preciso un enfoque sistémico: un producto simbólico es ‘arte’ si renueva o corrige al sistema ‘arte’, aunque no haya sido producido con intención ‘artística’?

Un caso sintomático puede ser el que presencié en Oaxaca en 2005: una exposición, en una galería de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca, de cuadros pintados con la técnica del estencil por estencileros, no por artistas: el colectivo *stencilzone*. ¿Qué significa esto? ¿El colectivo

buscaba el reconocimiento de la sociedad con el aval de una institución educativa? ¿Intentaba darle carácter artístico a su trabajo callejero? ¿Trataba de introducir elementos del lenguaje popular al medio artístico? ¿Buscaba vender sus cuadros en el circuito comercial? Quizá un poco de todo ello. El efecto real es que los cuadros tienen menos público que las *piezas* callejeras; el formato limitado y portátil (el cuadro) los convierte en objetos que, anónimos o no, pueden ser mercantilizados y así dejar de ser arte público, dejar de ser parte del complejo organismo que es la ciudad. Si llegaran a venderse, esas imágenes pasarían a ser propiedad privada de alguien y su contenido rebelde o de denuncia (en caso de tenerlo) se diluiría en la sala de una residencia o en la pared de una oficina corporativa, sería absorbido por el sistema tal y como lo preveían Theodor Adorno y Max Horkheimer en su *Dialéctica del Iluminismo* (Adorno y Horkheimer, 1944:13). Y algo parecido (aunque quizá en menor grado) sucede con las instituciones públicas que intentan encauzar a los artistas públicos, grafiteros y estencileros a hacer sus trabajos en sitios dedicados al arte-arte (museos, casas de cultura, galerías privadas o gubernamentales de cualquier clase). Para higienizar el proceso llegan a cubrir las paredes con papel kraft (un papel resistente y económico) para que los productores hagan ahí sus piezas sin ‘profanar’ los muros. De nuevo, al igual que en el caso de los cuadros pintados con esténcil, las pintas no alcanzan a apropiarse de un espacio urbano específico; no logran que un público

amplio y no especializado las consuma; la distribución libre, gratuita y sin intermediarios no se cumple. Como abundaré en el capítulo 2, en la sección dedicada al consumo y las masas (siguiendo las ideas de Walter Benjamin), la galería y el museo no llegan a un público tan amplio como parece. Los museos siguen intimidando a muchas personas comunes y corrientes. Las exposiciones ‘masivas’ –las que convocan largas filas en el interior y exterior de los museos– propician consumos acríticos y espurios (Juan Acha): se acude al museo porque los medios persuden al público de que lo expuesto es importante, que toda persona ‘culto’ o ‘informada’ o ‘inteligente’ debe asistir, aunque no tenga la preparación y la disposición para dejarse llevar a las profundidades sensibles y cognitivas de los estímulos que recibe. Las galerías, por otro lado, tienden a ser elitistas desde su ubicación: no cualquiera entra al ‘territorio de los ricos’, donde se espera el cumplimiento de ciertos códigos de la vestimenta y las maneras. Y donde las personas que parecen compradoras potenciales son tratadas de muy distinta forma que aquellas que no lo aparentan. En fin, lo que queda ausente en las galerías y museos que intentan albergar alguna expresión de *graffiti* es la posibilidad de llegar a un público de veras amplio, e incidir en las representaciones que de la vida pública se hace dicho público.

El caso menos grave es al que me referiré en la sección acerca de la distribución del *graffiti*: los festivales o certámenes en los que se asignan muros públicos a los estencileros y grafiteros para que desarrollen sus

piezas. De esa forma no se pierde el contenido rebelde o de denuncia, se mantiene la distribución pública y amplia y el consumo masivo es posible. Lo único que queda ausente es la acción rebelde de sobrescribir, de forma ilegal, el texto urbano. Pero quizá ese sea el elemento menos importante dentro de la caracterización del estencil...

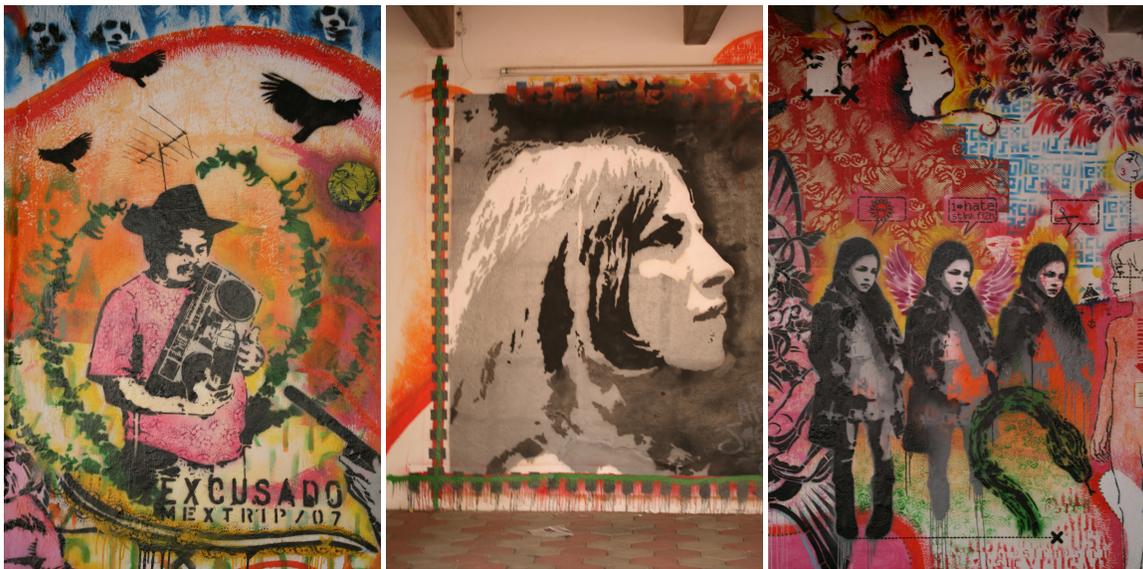


fig. 1.7, 1.8, 1.9. Estencileros de México y Colombia. Intervención del espacio de arte alternativo *La Curtiduría*, Oaxaca, 2007. Fotografía: Romina Hierro



fig. 1.10 Plantón del magisterio
Fotografías, Romina Hierro



fig. 1.11 Barricada de la Policía Federal Preventiva

1.4 Oaxaca 2006: esfera pública y esténcil

Cuando comencé esta investigación en mayo del 2005, el título, entonces tentativo, condensaba la hipótesis de trabajo: ¿la rebeldía gráfica puede conducir a la conciencia política? Los hechos vividos en Oaxaca durante el año 2006 vinieron a confirmar la importancia de la acción del esténcil sobre el espacio simbólico de la ciudad, en términos comunicativos, resimbolizadores, estéticos, sociales.

¿Qué sucedió en ese 2006? Como otros años, después del 15 de mayo – Día del Maestro– los maestros de las escuelas públicas del Estado de Oaxaca y la Sección 22 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación hicieron su plantón en el primer cuadro del Centro Histórico de nuestra ciudad para hacer demandas relacionadas con sus salarios y condiciones de trabajo. Pero algo no fluyó como otros años: quizá las demandas del magisterio eran excesivas, quizá el Gobierno del Estado fue más intransigente que otros años, quizá habían otros intereses (como las elecciones para Presidente de la República) bajo la mesa de negociación. El



fig. 1.12. Oaxaca, 2006

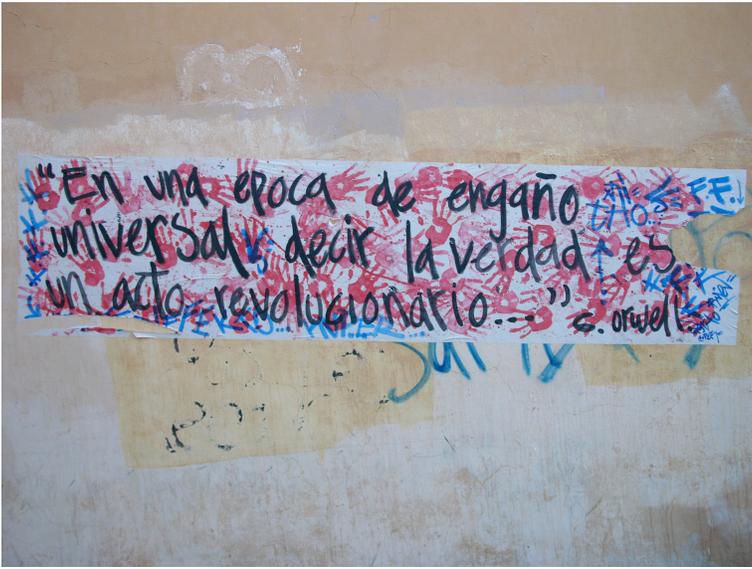


fig. 1.13. Oaxaca, 2006
Fotografía, Romina Hierro

caso es que el plantón pacífico hubo de atrincherarse tras barricadas después de que, la madrugada del 14 de junio de 2006, el Gobierno del Estado ordenó a la Policía desalojar a los maestros. Esta acción contra maestras, maestros y sus hijas e hijos que participaban en el plantón fracasó por la resistencia magisterial y la ineptitud policíaca. De ser un plantón con reclamos laborales, el movimiento sufrió un giro político, haciendo de Ulises Ruiz Ortiz, gobernador del Estado de Oaxaca el responsable del intento violento de desalojo y de la violación del derecho constitucional a manifestarse públicamente. Ulises se convirtió en el enemigo, y su destitución en la demanda y meta del movimiento magisterial.

Después de estos hechos, muchas organizaciones populares, estudiantiles, campesinas e indígenas se unieron a la lucha magisterial, y así se conformó la APPO: la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (sic).

La gráfica rebelde no se hizo esperar, y el medio más importante fue el estencil. Ni los carteles ni los volantes tuvieron tanta difusión como las imágenes que gritaban desde los muros. Gran parte de la sociedad civil reprobó el torpe uso de la fuerza pública gubernamental, por lo que muchas personas con formación gráfica o artística produjeron imágenes que usó el movimiento magisterial en sus intervenciones, apropiándose del espacio público. Este tema será el cuerpo principal del capítulo tres, un caso real en el que el estencil, actuando en la esfera pública oaxaqueña, buscó incidir en esa "experiencia antropológica, poética y mítica del espacio" de la que habla Michel de Certeau, en el espacio específico (*site specific*) y como tácticas de activismo social y político, tal y como lo reclama la teoría del *arte público de nuevo género*.



figs. 1.14-1.19. Oaxaca, 2006 Fotografía, Romina Hierro (1.14-1.16).

CAPÍTULO 2

El estencil: producción, distribución y consumo

...revisar el pasado arrancándolo de las manos de la Historia con mayúsculas, revelando la manera en que determinadas prácticas o propuestas constituyen rupturas en el devenir ordenado de la narrativa normalizadora. [...]con un fin inmediato: criticar y actualizar las prácticas históricas de oposición, para ser capaces de articular hoy nuevas rupturas y nuevos antagonismos. (Blanco et al. 2001:19)

El estencil, como lo conocemos a principios del siglo XXI, es el producto simbólico de procesos característicos de la sociedad urbana de nuestros tiempos, en algunos aspectos moderna aún, en otros posmoderna, premoderna en unos más. En las pequeñas ciudades del sur de México – como lo es Oaxaca– el estencil es un caso de procesos de hibridación: la apropiación del espacio público yuxtapone tradiciones de reclamos sociales de origen premoderno y modernista (las luchas del 68 y los años 70, en las que el estencil estuvo presente) con conductas e imágenes transplantadas de la cultura de masas global y los medios electrónicos de sociedades post-industriales que poco tienen que ver con una ciudad que ni siquiera tiene una industria apreciable.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

2.1 El esténcil como fenómeno histórico

2.1.1 Esténcil: historia de una técnica

Con estas previsiones, intentemos pensar algunas de las más primitivas expresiones humanas desde el punto de vista del esténcil y el *graffiti*, al menos desde la perspectiva de la técnica o del *trabajo simple*. Hubieron dos formas de imprimir manos humanas en la pintura prehistórica.

La primera podría considerarse como el arte gráfico primordial, y consistía en mojar la palma de la mano en pintura y estamparla en la pared rocosa. Quedaba así la silueta de una mano en positivo, con los dedos extendidos claramente distintos de la palma y uno del otro. Una mano humana en una pared, una marca muy diferente a las huellas animales en el polvo o el lodo del suelo, una marca permanente –tanto que algunas de ellas llegaron a nuestros días, a miles de años de distancia.

La otra forma se conoce como ‘aspersión bucal’ y técnicamente es el antepasado del esténcil. Consistía en llenar la boca con un buche de pintura, colocar la mano sobre la pared y escupir la pintura atomizándola con los labios sobre la mano. Al quitar la mano, su silueta quedaba delineada en negativo (una nube de pintura alrededor, la forma de la mano del color del fondo rocoso). La postura de la mano era también abierta, con los dedos extendidos.

Según Macphee, (Macphee, Josh *Stencil Pirates: a global study of the street stencil*), el término estencil viene del francés *estenceler*, que significa decorar con colores vivos; a su vez, esta palabra francesa deriva del latín *scintilla*, chispa. Menciona que, como técnica decorativa, el uso de plantillas era común en el Antiguo Egipto y en la China Imperial. Los japoneses aprendieron la técnica de los chinos y la desarrollaron hasta convertirla en una forma artística extremadamente precisa para estampar tejidos. También durante la época prehispánica los habitantes de nuestro continente, desde el sur al norte, utilizaron plantillas para transferir diseños decorativos, al igual que en artefactos budistas, etruscos, romanos y griegos, todos ellos de miles de años de antigüedad.

2.1.2 El estencil y el graffiti urbano en el siglo XX

En el siglo XX el estencil toma una fuerza inusitada como medio expresivo popular:

There is no clean and simple narrative history of how stencils jumped off city-painted street signs and ornately decorated furniture onto walls in the form of rebellious slogans and magical images. Instead there is a complex web of evolution that connects and disconnects along the way. (Macphee, 2004: 13)¹

¹ No hay una historia narrativa simple del salto que dio el estencil, de ser una técnica para decorar muebles o pintar letreros urbanos a *slogans* rebeldes e imágenes mágicas en los muros. Es más bien una compleja red de evolución que se conecta y desconecta en el camino.

Pero así fue: tras el triunfo de la Revolución Rusa, al iniciar la década de los 20, Ivan Maliutin creó al menos una docena de carteles políticos para el departamento de educación política Soviético, usando esténciles y gouache. Por el mismo tiempo, Vladimir Mayakovsky producía carteles para ROSTA, la agencia telegráfica soviética usando la misma técnica. Imágenes y textos simplificados y atrevidos se imprimían con plantillas para mantener informada a una población iletrada en su mayoría.

En Nicaragua el esténcil se hizo popular en los años 70 como parte de la campaña de los revolucionarios sandinistas contra la dictadura de Somoza. Los sandinistas tomaron su nombre de Augusto Sandino, un popular héroe anticolonialista que usaba un gran sombrero vaquero. Los sandinistas y otros activistas que se oponían al régimen de Somoza comenzaron a usar imágenes estilizadas de Sandino, o simplemente su sombrero, como símbolos de resistencia. La capacidad del esténcil de poder repetir innumerables veces una imagen fue lo que le dio extrema fuerza, en este caso para representar la resistencia nicaragüense. El esténcil se siguió usando en Nicaragua después del éxito de la revolución. Se pintaban imágenes repetitivas de “mártires” para recordar a la población las pérdidas humanas durante la lucha, y las organizaciones políticas vecinales usaron plantillas para marcar sus áreas de operación.

Simultáneamente, del otro lado del mundo, el *graffiti* se convertía en el medio de comunicación del movimiento de resistencia en Sudáfrica. Al aumentar la censura gubernamental en la prensa durante los años 70 y 80, el movimiento *anti-apartheid* convirtió las paredes en el medio de comunicar las noticias reales cada día, y los estenciles jugaron un papel importante. Particularmente en las ciudades, los revolucionarios pintaban con estencil miles de mensajes, siendo el más común *Free Mandela*. Otros eran imágenes de luchadores de la resistencia con sus armas; también fueron usuales frases irónicas atacando al entonces primer ministro P.W. Botha, como *P.W., el cielo está cayendo sobre tu cabeza*. En la Sudáfrica del *apartheid*, un artista urbano podía ser condenado a dos años de prisión en su primer arresto. (Macphee, 2004:14)

2.1.3 Graffiti, estencil y cartel político en México, 1960-1980

En la misma época, en México, el estencil tomó diferente forma en las manos del colectivo artístico conocido como Grupo SUMA. A mediados de los años 70 comienzan a surgir en nuestro país colectivos formados por artistas y estudiantes de las escuelas de arte de la ciudad de México: La Esmeralda y la Academia de San Carlos. No era un movimiento, una vanguardia de ideología compacta o ‘estilo’ manifiesto. Los Grupos reunían un heterodoxo conjunto multidisciplinario, con vagas pero tenaces directrices: se oponían al sistema institucional del arte, a las viejas escuelas

artísticas y a la Joven Escuela de artistas ya aceptados; privilegiaban los nuevos lenguajes como la *performance*, la ambientación, los no-objetualismos, así como la fotografía, los neomuralismos, la poesía urbana y otras intervenciones del espacio público, el estencil entre ellas. Afirma José Salomé Villavicencio en su artículo inédito *Los Grupos*:

Su trabajo respondía a necesidades particulares, producto de conflictos sociales o de la conciencia de la manipulación de los medios de comunicación y la falta de información; estos serán factores que los llevarán a usar nuevos recursos técnicos y expresivos, pues los métodos tradicionales no eran los idóneos para sus propósitos. (Villavicencio, 2007:2)

Y continúa en su caracterización del trabajo de los Grupos:

Ubican su producción artística fuera del circuito del mercado, de la idea del gusto y calidad establecidas. Configuran nuevos modos de producción en sus obras –considerando la cultura urbana– con la intención de comunicarse con un público más amplio; esto los lleva a estar fuera de museos o galerías, a realizar actividades en la calle para influir en la necesidad de informar, atender y hacer participar al público. (Villavicencio, 2007:3)

Los Grupos en el México de los años setenta buscaban, pues, salvar el abismo entre arte y vida acercándose al público no especializado e invitándolo a participar en la concepción de sus acciones y objetos artísticos, no sólo a contemplarlos.

El Grupo SUMA se formó en 1976 y muy pronto comenzó a usar plantillas para pintar en las calles. Tras experimentar con diversas formas artísticas, SUMA encontró que repitiendo estenciles que representaran a diferentes secciones de la sociedad mexicana, fácilmente podían crear

grandes murales que trataran sobre importantes asuntos sociales. Estos murales podían dirigirse y ser comprendidos por un público diverso y muy amplio. SUMA utilizó esténciles tamaño natural de burócratas anónimos y mujeres indígenas para exponer y confrontar a aquellos pocos en el poder con las enormes dificultades de la vida diaria del resto de la población. El colectivo se interesaba también en hacer que el proceso artístico fuese abierto y accesible a todos. Siendo el esténcil una herramienta familiar a la población por su utilización popular para pintar rótulos comerciales y anuncios de campañas políticas, SUMA –al hacer sus murales– apostó a usar un lenguaje conocido para acercar el proceso creativo a las personas.

(Macphee, 2004:14)

2.1.4 Esténciles en Oaxaca 2000-2006: rebeldía y conciencia.

¿Qué pasa en la escena urbana oaxaqueña alrededor del año 2000? Vine a vivir a Oaxaca en 1997 y desde entonces, al igual que en Monterrey y en el De Efe, observé que habían pintas en las paredes, los usuales *graffiti* caligráficos o tipográficos que reflejan las influencias y apropiaciones visuales que nuestros connacionales –que van a trabajar a L.A., Chicago, Nueva York y otras ciudades de los Estados Unidos– traen de regreso. Pero

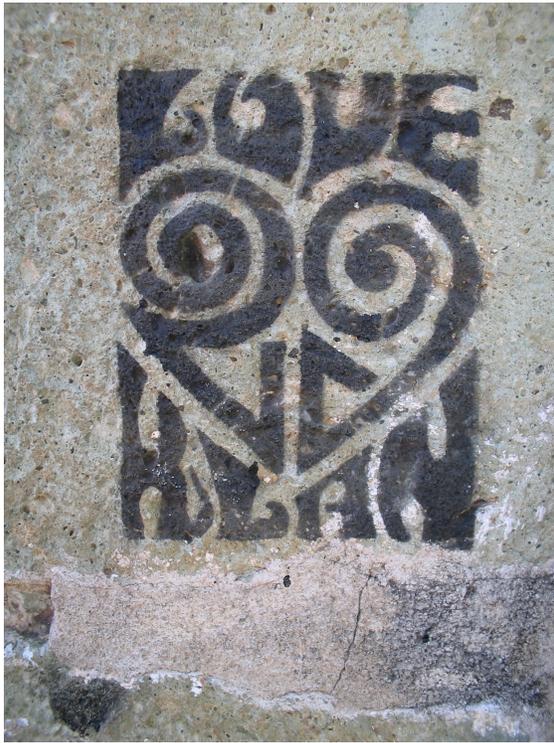


fig. 1. LOVE KLAN

en el 2000 descubrí el esténcil del *Love Klan* (fig. 2.1). Es muy cercano al *graffiti* en el sentido de ser el *tag* o marca territorial de su autor. En un formato rectangular más alto que ancho se inscribe un corazón estilizado a base de espirales. En el espacio entre el rectángulo y el corazón se inscriben las letras ‘LOVE KLAN’, en una tipografía de fantasía.



figs. 2.2, 2.3, 2.4

Al poco tiempo comenzaron a proliferar las siluetas en negro (figs. 2.2, 2.3, 2.4) y otros esténciles pintados directo sobre el muro, o los *stickers* que se pintan sobre papel barato y luego se encolan a la pared (figs. 2.5 y 2.6).

En esos tiempos el Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca (IAGO) hizo una exposición del grupo SUMA. Como parte de ella vino uno de los integrantes del grupo, Mario Rangel Faz a dar una plática e impartir un taller. Muchas personas que asistieron al taller comenzaron salir a la calle a pintar sus esténciles, algunas que ya lo hacían mejoraron su técnica.



figs. 2.5, 2.6 *Stickers*



fig. 2. 7. Colectivo stencilzone

A partir de entonces hubo una eclosión de imágenes públicas pintadas con aerosol y una plantilla o *esténcil*. Se multiplicaron las siluetas y figuras anónimas; aparecieron figuras con los *tags* de *wrong*, *suero*, *vain*, *virus*, *oral*; otras eran de los colectivos *stencilzone* o *arte jaguar* (fig. 2.7). Los muros de Oaxaca comenzaron a animarse con pequeños animales, caricaturas, palabras, rostros; algunas imágenes hablaban sobre la cultura urbana, otras hacían denuncia social, unas más tenían contenido político rebelde.

Y entre mayo y noviembre de 2006, a raíz de los acontecimientos políticos y sociales reseñados en el apartado 1.4, el esténcil cobró toda su dimensión como medio para hacer poéticas visuales en el uso indisciplinado de los muros de la ciudad (Michel de Certeau).

2.2 Anatomía del estencil: como técnica, como práctica, como medio expresivo, como vehículo de ideas.

¿Qué características comparten los *graffiti* y los estenciles y en qué difieren? Intentaré definir una y otra expresión gráfica para después buscar sus similitudes y diferencias. Para ello me valdré de la triada PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN y CONSUMO que preconizaba Juan Acha. Coincido con el maestro Acha en que el análisis se empobrece si se centra en el objeto, en el producto y se soslayan los procesos, mucho más significativos. Así, en la PRODUCCIÓN no sólo describo y analizo el producto final en su materialidad, temática y forma, sino los procesos de producción, tanto física como intelectual, así como a las personas que los desarrollan. En el apartado de la DISTRIBUCIÓN abordo los problemas pertinentes a la intencionalidad, los procesos, instituciones y nexos que relacionan a personas productoras, productos y personas y/o instituciones consumidoras. Finalmente, en el CONSUMO describo el tramo final, el cierre del bucle en el que los procesos y productos llegan a sus usuarios o espectadores, se dan los efectos pragmáticos y se abre la posibilidad de actividades correctivo-renovadoras en el sistema.

2.2.1 ESTÉNCIL

A) PRODUCCIÓN

A guide to cutting stencils

- Think from outside the box.
- Collapse the box and take a fucking sharp knife to it.
- Leave the house before you find something worth staying for.
- Spray the paint sparingly onto the stencil from a distance of 8 inches.
- Be aware that going on a major mission totally drunk out of your head will result in some truly spectacular artwork and at least one night in the cells.
- When explaining yourself to the Police it's worth being as reasonable as possible. Graffiti writers are not real villains. I am always reminded of this by real villains who consider the idea of breaking in someplace, not stealing anything and then leaving behind a painting with your name in four feet high letters the most retarded thing they heard of. [...]
- The time of getting fame for your name on its own is over. Artwork that is only about wanting to be famous will never make you famous. Any fame is a by-product of making something that means something. You don't go to a restaurant and order a meal because you want to have a shit.

banksy, www.banksy.co.uk²

Inicio el apartado correspondiente a la PRODUCCIÓN con una cita tomada de la página web de *banksy*, un artista británico que, además de hacer estencil y otras formas de expresión rebelde de ideas, teoriza acerca de ellas. Más

² Guía para cortar estenciles: Piensa desde afuera de la caja./Colapsa la caja y aplicale una navaja con un filo cabrón./Deja la casa antes de encontrar algo que justifique quedarse./Aplica poca pintura desde una distancia de 20 cm./Ten en cuenta que salir totalmente borracho a una gran misión tendrá como resultado una obra de arte realmente espectacular y al menos una noche en el 'bote'./Vale la pena ser tan razonable como sea posible al declarar ante la policía. Los pintores de *graffiti* no son verdaderos criminales. Esto me lo recuerdan los verdaderos criminales, que consideran la idea de entrar ilegalmente en una propiedad, no robarse nada y salir dejando una pintura con tu nombre en letras de un metro de altura como la cosa más tarada que hayan escuchado.[...]/Los tiempos de hacerte famoso sólo por tu nombre se acabaron. El trabajo artístico que se trata sólo del deseo de ser famoso nunca te hará famoso. Toda fama es un producto secundario de hacer algo con significado. No ordenas una comida en un restaurante porque quieres cagar.

banksy, www.banksy.co.uk

adelante retomaré algunos de estos puntos, que merecen ser pensados en contexto.

EL PROCESO. Un **esténcil** es una imagen y/o frases pintadas sobre un soporte (mural o no) mediante el uso de una o más plantillas. La pintura que se usa por lo general es en aerosol (esmalte comercial), aunque puede ser líquida (vinílica comercial) y aplicada con brocha, rodillo o muñeca; hay cierta preferencia por la pintura negra, pero se usa cualquier color.

La producción de una imagen en esténcil comporta dos etapas, dos tiempos. La siguiente cita del escritor Italo Calvino puede servir de epígrafe:

El trabajo del escritor debe tener en cuenta tiempos diferentes: el tiempo de Mercurio y el tiempo de Vulcano, un mensaje de inmediatez obtenido a fuerza de ajustes pacientes y meticulosos; una intuición instantánea que, apenas formulada, asume la definitividad de lo que no podía ser de otra manera; pero también el tiempo que corre sin otra intención que la de dejar que los sentimientos y los pensamientos se sedimenten, maduren, se aparten de toda impaciencia y de toda contingencia efímera.

(Calvino, 1998:67)

1) Primero se hace un dibujo o se transfiere una imagen sobre cartón o sobre algún laminado plástico (muchas veces se usan cajas de cartón corrugado ya desechadas o las tapas plásticas de las copias engargoladas). Se recurre a la transferencia de fotocopias o impresos mediante solventes, e incluso al trabajo de imágenes con medios digitales, modificando



fig. 2.8 Plantillas. Fotografía, Romina Hierro.



fig. 2.9. Plantillas. Fotografía, Carlos Franco.

fotografías con algún programa de edición digital de imagen para luego imprimir y plastificar la impresión.

Ese dibujo se corta usando una cuchilla muy afilada para obtener la plantilla; quedan así huecos en positivo (figs. 2.8 y 2.9).

2) Para pintar el estencil, la plantilla se coloca sobre el soporte y se aplica la pintura, ya sea en aerosol, con rodillo o con brocha, de forma que ésta sólo pinta a través de los huecos de la plantilla. El proceso es algo similar a la serigrafía: la pintura pasa a través de huecos en positivo; las imágenes se resuelven principalmente a base de plastas planas de color; para lograr medios tonos se usan pantallas de puntos o de rayas paralelas (achurados) de manera similar a las fotografías de los periódicos en el primer caso o a los grabados en el segundo. Sin embargo, la naturaleza casi continua de la malla serigráfica permite más detalle y plastas dentro de huecos, que se hacen difíciles con el estencil. Esto fuerza a los productores a que las imágenes en estencil sean muy sintéticas.

Las dos etapas, los dos tiempos del estencil son análogos a los descritos por Italo Calvino: primero, la elaboración de la plantilla, cuya concepción mental y posterior ejecución material son lentas, pacientes, minuciosas, secretas: el tiempo de Vulcano. Y después, la vertiginosa ejecución pública, el instante furtivo y expuesto al peligro en el que se aplica el aerosol sobre el muro; ese instante puede suceder pocas horas tras la elaboración de la plantilla o pueden pasar meses, años, antes de que llegue a una pared .

Por lo general los estenciles son monocromos, aunque a veces encontramos



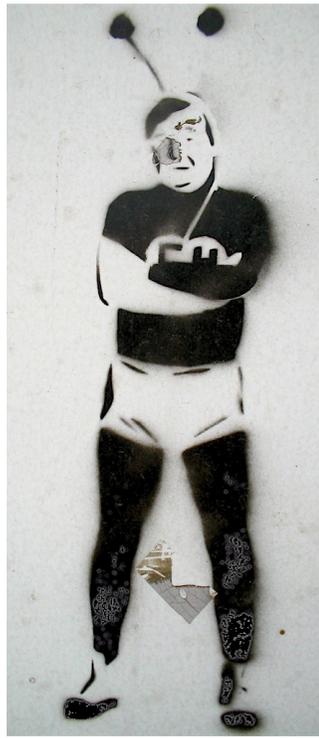
dos o más plastas de diferente color a registro³ para lograr bi o policromías y efectos de mayor contraste (figs.

figs. 2.10 y 2.11. Estenciles policromos

2.10 y 2.11).

Como apunté más arriba, el estencil en negro sobre el color del muro (o sobre otra plasta blanca o de color) predomina sobre otros colores; existen también casos en los que se saca muy buen partido al color o

³ Se dice que dos o más capas de color que componen una imagen están 'a registro' cuando todas coinciden perfectamente. Si alguna de las capas se desfasa formando un 'fantasma' está 'fuera de registro'.



figs. 2.12, 2.13, 2.14

colores del fondo ya existente en armonía y/o contraste con el color del aerosol elegido para el esténcil. (Figs. 2.12-2.14)

El uso de plantillas (*stencil* en inglés) permite reproducir la misma imagen, ya sea yuxtapuesta o en distintos sitios de la ciudad o geográficos (fig. 2.15). Esta **reproductibilidad** asemeja el esténcil a las artes gráficas (como la serigrafía que ya mencioné o los diferentes tipos de grabado), con las que comparte esta característica. Al igual que en ellas, la imagen no se



fig. 2.15. Esténcil reproducido en varios puntos de la ciudad de Oaxaca

produce por acción directa de la persona productora sobre el soporte, como lo describí en los puntos 1 y 2 de este apartado. En el grabado, la acción física (lo que los teóricos marxistas llaman el *trabajo simple*) se ejerce sobre una placa de madera, metal o plástico que, al igual que la plantilla en nuestro caso, no constituye el producto final. Esta placa se entinta y se prensa o estampa sobre papel, siendo este el soporte final del producto. El proceso descrito se repite tantas veces como la placa lo permita (cada impresión va desgastando los bordes del grabado) y como la persona productora lo desee. Una diferencia importante con el estencil es que el trabajo sobre la placa se hace invertido en el caso del grabado en metal (como la imagen en un espejo, lo que en la placa está a la izquierda, en la impresión estará a la derecha y viceversa), y además en negativo en el grabado en madera (los huecos que se graban en la madera serán espacio en blanco). Como ya mencioné antes, en el estencil (y también en la serigrafía) lo que se corta será la imagen en positivo.

LAS PERSONAS. Dado el carácter ilegal de esta expresión, las personas productoras mantienen el anonimato; cuando se identifican en sus trabajos, lo hacen con sobrenombres o seudónimos conocidos como *tags* (etiqueta, en inglés). (fig. 2.16)

También por esta circunstancia los estenciles se pintan de noche, cuando se espera menor vigilancia tanto de los propietarios de los muros



fig. 2.16. Esténcil múltiple con tag 'SUERO'

como de la policía. Extraigo dos 'máximas' de la cita inicial a este apartado para contextualizarlas:

-Ten en cuenta que salir totalmente borracho a una gran misión tendrá como resultado una obra de arte realmente espectacular y al menos una noche en el 'bote'.

-Vale la pena ser tan razonables como sea posible al declarar ante la policía. Los pintores de graffiti no son verdaderos criminales. Esto me lo recuerdan los verdaderos criminales, que consideran la idea de entrar ilegalmente a una propiedad, no robarse nada y salir dejando una pintura con tu nombre en letras de un metro de altura como la cosa más tarada que hayan escuchado. (banksy, www.banksy.co.uk)

Los esténciles son fundamentalmente expresiones de rebeldía, de resistencia, pero también se usan, como los *graffiti*, como marcas de territorialidad. La conciencia de la rebeldía es variable. En un nivel bajo, la persona sabe que si es atrapada por la policía mientras pinta será detenida o extorsionada por daños a la propiedad privada. Es una infracción menor, es una travesura y algunas personas lo hacen por la emoción de violar el orden establecido, por la adrenalina que la experiencia les proporciona. La temática, el contenido de las imágenes en estos casos no es importante;



figs. 2.17, 2.18, 2.19, 2.20

proviene a veces del *manga* japonés o del *comic* americano, de la cultura urbana contemporánea; a veces son imágenes autogestadas, cómicas, violentas o líricas. (Figs. 2.17-2.20)

El siguiente nivel sería en el que las imágenes tienen un discurso de denuncia social (figs. 2.21-2.23). A la rebeldía difusa contra el *status quo* se agrega una resistencia más consciente al sistema de valores de la sociedad.



figs. 2.21, 2.22, 2.23. Esténciles de denuncia social

Finalmente, aunque sea difícil distinguir tajantemente del nivel anterior, las imágenes con contenido político explícito denotarían mayor intención de resistencia al sistema. (Figs. 2.24-2.26)

¿Qué motiva a las personas que hacen esténcil? De mis observaciones y especulaciones personales y de conversaciones con algunas personas que



figs. 2.24, 2.25, 2.26. Esténciles con contenido político.

han hecho estencil infiero que el riesgo, la adrenalina, la rebeldía, la necesidad de expresar descontento por sí mismo, pero también la de hacer públicas ciertas ideas que no encuentran otro cauce, son motivaciones usuales. Esta última merece una disgresión. El estencil, en México y en muchos otros países, es un medio *material* de hacer uso forzado de una libertad de expresión que existe sólo en letra muerta, pero que en la práctica la persona promedio, de la calle, encuentra muy difícil de ejercer.

Al respecto cito a Juan Acha:

[En el Tercer Mundo] Muchos intelectuales aprecian únicamente *su* libertad profesional de expresión y la celebran pero olvidan por completo al hombre común que **carece de todo acceso** a los medios materiales para ejercer su derecho a la libertad de expresión.

(Acha, 1990:145. Las negritas son mías)

Y es cierto, quienes pueden ejercer ese derecho son personas que se encuentran cerca del poder, de los medios o de la academia, muy rara vez el hombre común del que habla Acha. Regresaré a esta capacidad del estencil de ser medio material para expresar ideas en el apartado **Estencil y graffiti, similitudes y diferencias.**

El estencil, como manifestación de la cultura estética de nuestro tiempo, es contradictorio y paradójico en muchos aspectos. En él coexisten valores y estrategias modernos y posmodernos de forma ambigua. Una de estas áreas de ambigüedad tiene que ver con los problemas de la autoría y

de la originalidad, directamente relacionados con el tema del reconocimiento. Recordemos la relación entre las palabras *autoría*, *autor* y *autoridad*. Aparentemente, a las personas productoras de esténciles no les importa la autoría. Sin embargo, hay dos niveles de ‘despreocupación’. Quienes no ponen ningún *tag* a sus pintas están menos interesados en el reconocimiento, en la autoría que es un valor de la modernidad que pervive hasta nuestros días. Un *tag*, aunque sea un seudónimo, trasluce la intención de autoría, es un reclamo de reconocimiento. Dice Roland Barthes en su ensayo *La muerte del autor*:

The author is a modern figure, a product of our society insofar as (...) it discovered the prestige of the individual, of, as it is more nobly put, the ‘human person’. It is thus logical that in literature it should be this positivism, the epitome and culmination of capitalist ideology, which has attached the greatest importance to the ‘person’ of the author. (*The death of the author* Barthes, 1977:143)⁴

Esta importancia que en literatura se asigna a la persona del autor puede extrapolarse a cualquier arte. Un esténcil sin *tag* es totalmente anónimo, no importa quién lo hizo:

Thus is revealed the total existence of writing: a text is made of multiple writings, drawn from many cultures and entering into mutual relations of dialogue, parody, contestation,

⁴ El autor es una figura moderna, un producto de nuestra sociedad en tanto que ésta descubrió el prestigio del individuo, de, dicho de una forma más noble, la ‘persona humana’. Es pues lógico que en literatura debería ser este positivism, el epitome de la ideología capitalista, el que ha asignado la mayor importancia a la ‘persona’ del autor.

but there is one place where this multiplicity is focused and that place is the reader, not, as was hitherto said, the author. (Barthes, 1977:148) ⁵

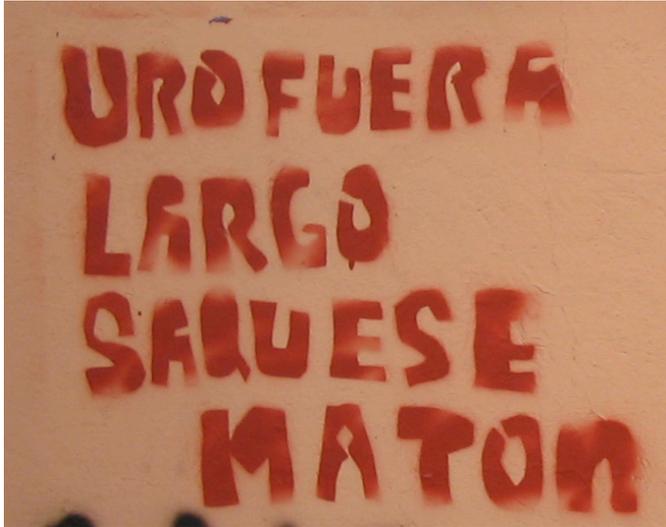


fig. 2.27



fig. 2.28

LOS TEMAS. Podemos distinguir entre los estenciles que son sólo texto y los que son imágenes o imágenes con un texto.

1- Textos sin imagen. En las frases el contenido estético visual es de poca importancia; por lo general se eligen tipografías simples, sin patines, en negritas mayúsculas para facilitar el corte del estencil y aumentar la legibilidad. La intención comunicativa es directa, con mensajes usualmente sociales y/o políticos (fig. 2.27); la ironía tiende a estar presente, también la vena lírica es usual, buscando un contenido estético de tipo literario (fig. 2.28).

⁵ Así se revela la existencia total de la escritura: un texto está hecho de múltiples escrituras, tomadas de muchas culturas y entrando en mutuas relaciones de diálogo, parodia, disputa; pero hay un lugar donde esta multiplicidad se enfoca, y ese lugar es el lector, no, como se decía hasta ahora, el autor.



fig. 2.29 y 2.30

2- Imágenes. En cuanto a las imágenes hechas con estencil, algunas presentan un alto grado de abstracción, que las emparenta con la señalética

urbana. Podría pensarse que las personas productoras lo hacen con cierto grado de ironía, para que sus imágenes –de contenido rebelde– se mimeticen con las señales del sistema. Estas imágenes tienen mucha relación con la cultura del diseño gráfico (fig. 2.29 y 2.30), se nutren de las ilustraciones publicitarias, del diseño web y de la propia señalética. Quizá también de personajes de video-juegos, *comics* y dibujos animados muy sintéticos. Como señalé antes, algunas imágenes se extraen directamente de las historietas admiradas en el momento, ya sean *comics* occidentales (los superhéroes siguen teniendo peso en la imaginación adolescente) o del *manga* y *anime* japonés. Estas historietas y animaciones orientales, con una estética propia y a veces un dibujo de líneas depuradas, estimulan la cultura visual de no pocos productores de estenciles (figs. 2.31-2.33).



figs. 2.31, 2.32 y 2.33

Los esténciles que provienen del *manga* y del *comic*, y también imágenes más realistas se resuelven simplificando luces y sombras al alto contraste para aprovechar la estrategia de las plastas mono o bicromáticas: similitudes con la imaginería publicitaria, que funge como ironía. Estas imágenes con intención más realista incluyen rostros o cuerpos de mujeres anónimas –que reproducen los cánones de belleza de la publicidad occidental– retratos de personajes notables por su rebeldía (el che Guevara, el subcomandante Marcos, Lucio Cabañas, etc.), imágenes líricas, retratos anónimos, personas en la acción de pintar con aerosol, animales, escenas



figs. 2.34, 2.35, 2.36, 2.37

con personajes de cuerpo entero que implican un contenido social, imágenes de denuncia o de ironía política (figs. 2.34-2.37).

¿Qué tan importante es la originalidad en la producción de esténciles? Es evidente que se requiere mayor habilidad dibujística, quizá mayor entrenamiento gráfico y también tener ideas propias que expresar para generar imágenes originales, para ‘evocar imágenes en ausencia’ como reclama Italo Calvino; esto es válido tanto en la imaginación literaria como en la visual requerida para hacer esténciles (o para el caso, la requerida para cualquier arte plástica o gráfica).

No es extraño, pues, que la imaginería del esténcil en nuestros países tenga influencias provenientes tanto de la cultura de masas como de las formas de hacer esténcil en los países desarrollados, que son los que generan también la mayoría de la cultura estética global. Hoy día, a través de la Internet, con una simple búsqueda en un *search engine*, cualquier persona puede consultar (o copiar) los esténciles de *blek-le-rat*, de *obey*, de *banksy* y muchos otros, que trabajan en cualquier parte del mundo: Argentina, Polonia, Inglaterra, Chile, Francia, Brasil... Para ser justos hay que reconocer que cualquier persona del mundo puede encontrar imágenes generadas en México, como las del grupo SUMA y muchos otros.

Sin embargo, vivimos ya en una cultura global, en la que los reclamos de originalidad y novedad de la modernidad se han reabsorbido. El teórico francés Nicolas Borriaud equipara nuestra cultura a la post-producción de

los medios masivos. La preeminencia del uso de fragmentos y su manipulación en modalidad *copy & paste* (copiar y pegar) cuestionan las ideas de obra única y original:

Todas estas prácticas artísticas [las de los años 80 a la fecha] ...atestiguan una voluntad de inscribir la obra de arte en el interior de una red de signos y significaciones, en lugar de considerarla como una forma autónoma y original. (Bourriaud, 2004:13)

Las implicaciones en cuanto a autoría son sorprendentes:

La supremacía de las culturas de la apropiación y del reprocesamiento de las formas introduce una moral: las obras pertenecen a todo el mundo...

(Bourriaud,2004:39)

Si las obras pertenecen a todo el mundo, entonces toda persona es a la vez productora y consumidora, como lo decía Marcel Duchamp (ver el inciso C. CONSUMO) y como lo propone Michel de Certeau. En este caso (fig. 2.38), una persona produjo un esténcil, una silueta con

sombrero. Otra más, con aerosol a mano alzada hizo el dibujo (simplificado a la manera de la señalética urbana), de alguien tirando el esténcil a un bote de basura. ¿Qué producimos los espectadores? ¿La idea de que todo esténcil es basura, la de que ese esténcil en particular es basura, la de que la intervención torpe en el esténcil cuidadoso es basura, la de que toda



fig. 2.38

intervención a las paredes urbanas es basura? ¿O sólo nos hace sonreír? La red de significados de que nos habla Borriaud puede ser muy densa.

B) DISTRIBUCIÓN

Imagine a city where graffiti wasn't illegal, a city where everybody could draw wherever they liked. Where every street was awash with a million colours and little phrases. Where standing at a bus stop was never boring. A city that felt like a living breathing thing which belonged to everybody, not just the estate agents and barons of big business. Imagine a city like that and stop leaning against the wall –it's wet.

banksy. (www.banksy.co.uk)⁶

En cuanto a su DISTRIBUCIÓN, el **esténcil** quiere ser una expresión pública y gratuita, al alcance del transeúnte. Por lo general es una intervención urbana no autorizada sobre los muros de edificaciones públicas o privadas. Se hace en sitios conspicuos, a la vista del público, para tener difusión amplia y gratuita. Comienzo esta sección con otra cita de *banksy*, uno de los productores de esténcil más reconocidos y que lleva trabajando en su país, Inglaterra, varias décadas. En ella expresa la utopía del artista urbano, un ideal de libertad de expresión que implica una distribución sin trabas. Una utopía que quizá los mismos artistas urbanos

⁶ Imagina una ciudad donde el *graffiti* no fuera ilegal, una ciudad donde todos pudiesen dibujar donde quiera les placiera. Donde cada calle estuviese bañada con millones de colores y pequeñas frases. Donde esperar en la parada del camión nunca fuese aburrido. Una ciudad que se sintiera como una cosa viva, respirando, que perteneciera a todos, no sólo a los agentes de bienes raíces y a los barones de los grandes negocios. Imagina una ciudad así y deja de apoyarte en la pared: está fresca.

no desean: si se cumpliera, se perdería una de las motivaciones más importantes, la de expresar descontento violando el orden establecido.

Los esténciles, pues, son expresiones de carácter efímero: los dueños de los muros terminan por cubrir las intervenciones con pintura; los esténciles sobreviven por haber sido pintados en edificios abandonados o por aprecio del público y del propietario del muro. Algunos son intencionalmente efímeros: se pintan en el piso, y el paso de los transeúntes los va desgastando.

No hay ni personas ni instituciones públicas o privadas que funjan como intermediarias entre el productor y el consumidor. Como ya mencioné, las personas que producen estas imágenes las colocan gratuitamente en sitios con gran afluencia de público para lograr mayor difusión. Esto hace que el proceso de distribución sea muy libre, dependiente sólo del productor (y de sus agallas), ya que el gusto del público y las presiones de un sistema formal o de un mercado están ausentes.

Lo anterior distingue de forma radical la distribución de las imágenes producidas con esténcil de la pintura de caballete, el arte visual con mayor prestigio en la cultura occidental. Walter Benjamin propuso –hace ya más de cincuenta años– que una de las causas de la crisis de la pintura se puede hallar en un cambio aparentemente liberador en la forma de su distribución:

Un cuadro ha tenido siempre la aspiración eminente de ser contemplado por uno o por pocos. La contemplación simultánea de cuadros por parte de un gran público, tal como se generaliza en el siglo XIX, es un síntoma temprano de la crisis de la pintura, que en modo alguno desató solamente la fotografía, sino que con relativa independencia de ésta fue provocada por la pretensión por parte de las obras de arte de llegar a las masas.

(Benjamin, Walter. *El arte en la época de su reproducción técnica*. Citado por Acha, 1990:155)

Por el contrario, la 'aspiración eminente' del estencil es ser consumido por muchas personas; es por eso que su distribución es pública y masiva. Regresaré más adelante (al hablar del consumo) a la cuestión de las masas, específicamente al consumo masivo. Creo, sin embargo, que hay cierta ambigüedad en la *intencionalidad* de la distribución de las imágenes producidas con estencil: no todos los productores de estenciles están tan conscientes de que desean distribuir sus imágenes a mucha gente: pienso en quienes los pintan por perpetrar un acto rebelde, los que lo hacen por experimentar sensaciones fuertes; en estas imágenes el contenido no importa, no hay intención de comunicar. El gesto rebelde –como en el *graffiti*– se agota en sí mismo.

C) CONSUMO

El acto creativo no lo culmina solamente el artista, pues es el espectador-explorador quien, al descifrar e interpretar sus más íntimas cualificaciones, pone la obra de arte en contacto con el mundo exterior, y así es como su aportación enriquece al acto creativo. (Marcel Duchamp, citado por Valerio, 1998:59)

“Los observadores hacen los cuadros”, decía Marcel Duchamp[:] la intuición duchampiana del surgimiento de una cultura del uso, para la cual el sentido nace de una colaboración, una negociación entre el artista y quien va a contemplar la obra. ¿Por qué el sentido de una obra no provendría del *uso* que se hace de ella tanto como del sentido que le da el artista? (Bourriaud, 2004:17)

Lo que me hizo seleccionar estas ideas de Duchamp es la doble naturaleza de quien consume: *espectador-explorador*. Cuando salgo con la cámara para registrar el nuevo esténcil que identifiqué en tal calle o tal esquina, lucho contra la vergüenza de sacar la cámara en público y fotografiar –dispararle a algo, cazar la imagen entre la gente. Encontrar esa frase de Duchamp me recordó la importancia de la participación activa del consumidor para cerrar el bucle del proceso que él llama ‘el acto creativo’.

El consumo de estas expresiones es cotidiano, involuntario y público. No es necesario separar un momento e ir a un lugar específico para su consumo, como en el caso en que hay que programar una visita a un museo o galería de arte para ver una escultura, una instalación o una pintura. Los



figs. 2.39 y 2.40. Calle Morelos, centro histórico de Oaxaca, Oax.

esténciles están ahí, en la parada del camión, en la esquina de afluencia, en el muro frente al cual caminamos hacia el trabajo, hacia la escuela o hacia el mercado (figs. 2.39 y 2.40). Es por esto que el consumo es involuntario, incluso un poco forzado como en el caso de la publicidad en carteles y espectaculares: vemos los esténciles aún a nuestro pesar. Como promete su forma de distribución, pues, el consumo parece ser alto en términos cuantitativos: llega a muchas personas que lo ven muchas veces, cada vez que vuelven a pasar por esos sitios.

¿Cómo es este consumo en términos cualitativos? La analogía con la publicidad continúa: así como ninguna firma comercial pide permiso al público para encender anuncios luminosos, fijar carteles, montar anuncios espectaculares, colocar grandes posters en los parabuses, ni para pintar anuncios en las bardas, las personas productoras de esténciles no preguntan al transeúnte su opinión antes de pintar una pieza callejera.

Pero tampoco preguntan a los propietarios de los muros, mientras que la publicidad produce a estos dueños generosos dividendos. (¿Cuánto gana al mes el propietario de un inmueble en el Distrito Federal de nuestro país por rentar una azotea –un espacio casi muerto- a una compañía de publicidad en anuncios espectaculares? Una cantidad espectacular). Así, este consumo visual es en cierta forma forzado. Ambos, el de la publicidad pagada y el del estencil rebelde.

Sin embargo, en ambos casos el potencial espectador puede no voltear a ver, puede ver sin observar, puede ver a través de estructuras mentales que nada tienen que ver con el consumo esperado. Las personas no volteamos a ver aquello que queda fuera del umbral de nuestra atención; este umbral puede ser móvil, y lo delimitan nuestros intereses culturales y profesionales, nuestro nivel de atención (que se ve afectado por nuestras preocupaciones, prisa, estado de ánimo), nuestros hábitos perceptuales y nuestras preferencias y aversiones éticas, estéticas, políticas, cognitivas.

Ver sin observar es otro caso, éste relacionado con nuestro umbral de interés: ante un mismo estímulo, diferentes personas observarán ciertas cosas y dejarán de observar otras. Frente a la misma montaña, el pintor se fijará en los aspectos plásticos, el alpinista en las dificultades técnicas para ascenderla, una persona muy urbana verá sólo fuentes de incomodidad: mosquitos, frío o calor, ausencia de entretenimientos...

Finalmente, podemos ver y catalogar un objeto en una categoría mental para despreocuparnos de él. Esta actitud favorece los consumos acríticos. Por ejemplo, una persona que maneja por el periférico del Distrito Federal (por mencionar una vía abarrotada de publicidad) ya no ve cada uno de los anuncios espectaculares a su paso; su visión periférica registra 'anuncios espectaculares', registra la especie, no el individuo.

En el caso del estencil, estos consumos espurios, contaminados, impiden que el contenido estético y el comunicativo lleguen al espectador, que puede simplificar todas estas expresiones como 'actos vandálicos' o 'pintas de vagos', o simplemente 'manchas en la pared'. En relación a los consumos acríticos, dice Juan Acha:

En la actualidad el hombre, quiéralo o no, tiene a su alcance un cúmulo de informaciones, entretenimientos y objetos extraños a su profesión y se siente obligado a consumirlos con el sentido acrítico y estandarizado que le han inculcado los medios masivos, no sabe qué hacer con tales bienes culturales a su alcance (sufre un déficit de sentidos) y debe consumirlos por mero estatus social o por amor propio; en otras palabras, debido a la carencia de recursos de autodeterminación, el hombre se atiene a las recetas o patrones que justifica y prestigia, difunde e impone la tecnología comunicativa por medio de intereses subrepticios y a fuerza de deformaciones de la realidad, propias de la falsa conciencia. (Acha, 1990:150)

En sentido opuesto actúa otra fuerza (de la que también se vale la publicidad): la tendencia de nuestra percepción a reconocer imágenes, nuestra preferencia por la representación.

Hoy existe una fuerte corriente de pensamiento en contra de la representación. De una manera más o menos clara o rigurosa, se llega fácilmente a este juicio: la representación es mala (...) Y no obstante, sea cual fuere la fuerza y la oscuridad de esta corriente dominante, **la autoridad de la representación nos coacciona, imponiéndose a nuestro pensamiento a través de toda una historia densa, enigmática y muy estratificada.** Nos programa, nos precede y nos advierte demasiado severamente para que hagamos de ello un mero objeto, una representación, un objeto de representación que se nos enfrenta, que está ante nosotros como un tema.

(Derrida, Jacques. *Sending: on Representation. Social Research*, 49, 2 [verano 1982]. Citado por Craig Owens en Foster, 1988:122. Las negritas son mías)

Así, aún involuntariamente, volteamos a ver los esténciles porque representan algo. Nuestra cultura estética es eminentemente visual, estamos condicionados a ver algo que represente algo por siglos de pintura y décadas de televisión. Esta es una ventaja en la recepción que tiene el esténcil sobre el *graffiti*.

ESTÉNCIL Y EL FENÓMENO DE MASAS. Quiero ahora enfocar el fenómeno del esténcil desde la perspectiva de la cultura de masas. Por la naturaleza de su distribución, el arte público busca un consumo masivo. ¿En qué consiste este consumo? Juan Acha afirma que el fenómeno de masas es característico de nuestras sociedades de consumo bien definidas; es una

situación sociocultural e histórica que consiste en “un conjunto de individualismos gregarios en pugna por poseer o consumir lo que los demás poseen o consumen.” (Acha, 1990:147). Nunca antes se había dado tanta importancia al individuo, o quizá al individualismo. Paradójicamente, los individuos de nuestros tiempos formamos un conjunto más bien homogéneo, urbano, rutinario, sedentario, que busca el entretenimiento en sus horas libres como escape al trabajo. Jürgen Habermas propone (en un ensayo de 1968) que la ‘ideología’ de nuestra sociedad la constituyen la ciencia y la tecnología, alejadas ya de la investigación y la búsqueda de conocimiento por sí mismas, y orientadas a lo que él llama ‘sistemas de acción con respecto a fines’ (Habermas,1996:98). En resonancia con estas ideas, el maestro Acha dice que la industrialización incita a la tecnología

a crear recursos de transporte y de persuasión que faciliten la distribución masiva de los productos igualmente masivos y de los medios intelectuales de consumo masivo. Así, el fenómeno de las masas depende de la “existencia conjunta de una producción industrial masiva, de una distribución también masiva y de un consumo igualmente masivo. (Acha, 1990:149).

El teórico peruano sigue exponiendo que el fenómeno de masas se caracteriza por el consumo, por comportamientos de consumo masivos; y en el caso de los bienes culturales, de “modos acrílicos, espurios y engañosamente placenteros de consumo” (Acha, 1990: 147), muy

relacionados o que copian las formas de consumo de los entretenimientos propuestos por los medios masivos de comunicación.

Hace después una recapitulación crítica del fenómeno de masas tal como lo expone Walter Benjamin en *El arte en la era de su reproducción técnica*.

Concluye que ...la formulación de W. Benjamín desemboca en su acierto de señalar el entretenimiento como uno de los aspectos importantes del fenómeno de masas; en definitiva, el entretenimiento es el factor principal, en cuyo derredor gira el tiempo libre del hombre común; en otras palabras, constituye el eje mayor de los mecanismos que mueven a la cultura estética de las sociedades actuales y articulan, por ende, la sociología del fenómeno de las masas con la psicología del mismo. (Acha, 1990: 157)

Y continúa diciendo que W. Benjamin arremete contra quienes [...] reprochan a las masas su búsqueda exclusiva hacia los entretenimientos; subraya, entonces, aquellos aspectos positivos en las masas, así como en sus actuales entretenimientos: “Se trata de mirar más de cerca. Entretenimiento y recogimiento se contraponen hasta tal punto que permiten la fórmula siguiente: quien se recoge ante una obra de arte, se sumerge en ella; se adentra en esta obra (...) Por lo contrario, la masa entretenida sumerge la obra de arte en sí misma”. (Acha, 1990:157)

Regreso al estencil desde este punto de vista. Como afirmé más arriba, el arte público aspira a un consumo masivo; es por eso que hice el paralelismo con la publicidad callejera. Entonces, retomando la cita que hace Acha de Benjamin, el estencil busca ser absorbido por la masa, no pretende lograr la contemplación que exige el consumo del arte institucionalizado. Aspira a ser parte de la cultura común a las mayorías demográficas apropiándose de

sus espacios públicos, de sus sistemas simbólicos (comic, cine, música, t.v.), de sus héroes (personajes públicos y mediáticos), de sus aspiraciones.

Acha, no sin ironía, menciona las estrategias que algunos artistas intentan para alcanzar un público mayor:

...muchos artistas abandonan la obra única y buscan las múltiples y los no objetualismos sin mayores ventajas, si pensamos en los alcances demográficos de los diseñadores. [...] existen los artistas politizados, que a la larga asumen la superioridad de los diseños en popularidad y eficacia política. Sea cual fuere el camino que tomen los artistas –al igual que los diseñadores– han de decidir si trabajan a favor o en contra del sistema social en contradicción antagónica o pasajera. (Acha, 1990:151)

Esto se debe a que tanto la obra múltiple (gráfica) como los no objetualismos (instalaciones, performance, etc.), al mantenerse en el circuito del arte institucionalizado, no pueden acceder al alcance masivo que tienen los diseños gráfico y electrónico (publicidad masiva, t.v., Internet). Aunque el estencil se mantiene cercano a la gráfica, su apropiación del ámbito urbano hace que su consumo tienda a lo masivo. Y en ese sentido, hace más efectiva la transmisión de significados tanto para los artistas politizados de los que habla Juan Acha como para cualquier persona, activista o no, que busque llegar a un público amplio sin pasar por los circuitos comerciales o institucionales de comunicación.

Quiero terminar esta sección regresando a las ideas de Duchamp y Bourriaud acerca del 'consumo activo':

Duchamp parte del principio de que el consumo es también un modo de producción. (...)

Así un producto no se volvería realmente un producto sino en el acto de consumo...

(Bourriaud, 2004:22)

En ese mismo sentido, Michel de Certeau propone la duda razonable: ¿es realmente pasivo el consumo? Ante un mismo estímulo, digamos, un programa de televisión o el anuncio televisivo de un candidato político ¿reacciona igual una campesina en la sierra de Puebla, un ganadero de Chihuahua, una estudiante de Ciencias Políticas en la Ciudad de México o un literato medianamente exitoso? En su libro *La invención de lo cotidiano: artes de hacer*, De Certeau presenta los resultados de un extenso trabajo de campo (realizado en Francia) que lo lleva a proponer que los diversos consumos –como lo dice también Bourriaud en la cita precedente– son modos de producción secretos, íntimos, son tácticas nómadas para burlar, desafiar, sobrellevar o aprovechar las estructuras rígidas del poder, ya sea político, mediático, cultural o artístico. Una persona que admira el dibujo de un esténcil, otra que acepta, o disiente, o se cuestiona a partir del contenido social o político de otro esténcil, el propietario o el municipio que mandan cubrirlo con pintura, o aquellos que lo permiten o lo conservan en sus muros, todos ellos (y otros que podemos pensar) son modos de consumir diferentes, y también son modos de producir

consumiendo. Producir ideas y emociones, producir nuevos significados, fantasías e ideales, producir representaciones del mundo diversas a las propuestas y esperadas por las estrategias del poder.

2.2.2 GRAFFITI



fig. 2.41

Aunque existan muchos tipos de ‘pintas’, es decir, de formas de pintarrajear las paredes de una ciudad, el *graffiti* ha adoptado una fisonomía muy particular. Para acotar mi área de estudio consideraré *graffiti* solamente a las pintas hechas con pintura en aerosol a mano alzada sobre muros urbanos u otro soporte exterior (público por lo general) y que trazan letras estilizadas que conforman el *tag* o sobrenombre de quien lo hace (fig. 2.41). Casi siempre, quien pinta *graffiti* repite sus trazos como una huella, como una rúbrica. El *graffiti* es, pues, no figurativo, mientras que el esténcil es casi siempre una imagen que representa algo real y puede



fig. 2.42. Fotografía, Romina Hierro

o no tener tipografías. Se dan también los casos opuestos, aunque con menor frecuencia: esténciles totalmente tipográficos y *piezas* figurativas hechas con aerosol a mano alzada, como *graffiti* (fig. 2.42).

Para las personas de inicios del siglo XXI, el *graffiti* es una expresión urbana (por lo general indeseable) que sobrepuebla la ya de por sí abarrotada escena visual de nuestras ciudades (fig. 2.43), a veces incluso se encuentra en pequeños pueblos y hasta en las rocas del bosque o el



fig. 2.43



fig. 2.44

desierto (fig. 2.44). Para las buenas conciencias burguesas no es más que un acto vandálico contra la propiedad privada, obra de ‘maleantes’ seguramente ‘drogadictos’, de pandillas de ‘malvivientes’.

A) PRODUCCIÓN

Intentemos pensar al *graffiti* desde otro punto de vista: como una expresión gráfica popular. Es cierto que atenta contra la propiedad privada y que ni los dueños de los muros ni los espectadores involuntarios (todo transeúnte) pidieron ver esos trazos, que muchas veces se superponen sin concierto. Estos trazos cumplen con muchos de los requisitos de la caligrafía (que puede ser un arte) y con la tipografía –que es parte del diseño: son trazos gráficos, son productos estéticos, son variaciones imaginativas (aunque no siempre acertadas desde el punto de vista caligráfico, tipográfico, estético) de algún alfabeto, y esos trazos, esas variaciones, conforman no un mensaje, sino un símbolo de la identidad de quien lo hace y una marca de su área de influencia, ya sea individual o de pandilla.



fig. 2.45. Indescifrabilidad en el *graffiti*

La finalidad de los *graffiti* no es comunicativa en primer grado: las más de las veces es difícil descifrar las letras que los constituyen (fig. 2.45). (Parte del rechazo que producen los *graffiti* en el público se debe, creo, a su carácter

críptico, a su **indescifrabilidad**: su apariencia de palabras, constituidas por letras, promete un mensaje literal. Pero los tropos, las deformaciones gráficas a las que se someten las letras los hacen ilegibles, y esto produce una gran frustración –y por ende rechazo– en el espectador.)

¿Cuál es, entonces, su ‘mensaje’, su sentido? Para contestar esta pregunta consideremos lo siguiente: el *graffiti* se erige como producto estético a la vista de todos, sin pedir permiso. Pero la esteticidad de estos productos es con frecuencia inconsciente. El origen del juego combinatorio de trazos y colores podría encontrarse en la necesidad de diferenciación; diferenciación entre pandilla y pandilla, entre persona y persona. (Figs. 2.46-2.48)



fig. 2.46, 2.47, 2.48. *Graffiti* como marca territorial. Colonia Volcanes, Oaxaca.

Quizá podríamos referir este rasgo (o al menos establecer un símil) con ciertos fenómenos antropológicos, como el estudiado por Claude Lévi-Strauss en relación a las máscaras rituales de varias tribus amazónicas:

Al estudiar las máscaras, Lévi-Strauss se aproximó más de lo que nunca lo hiciera, en su anterior trabajo profesional, a un planteo explícito de su actitud frente a las artes. A su entender, los rasgos que individualizaban a una obra de arte o de artesanía surgían debido a la profunda necesidad de cada clan o linaje de definirse a sí mismo en relación con los

demás. Es decir que el estilo *es* una proclama de una cultura de que difiere de otras culturas, las que a su vez han efectuado sus propias elecciones en cuanto al modo en que están construidas sus máscaras. (Gardner, 1987:55)

En este sentido, el ‘mensaje’ del *graffiti* es una especie de rúbrica, una expresión de autoafirmación del individuo, de marca territorial de la pandilla. Se relaciona con el antiquísimo ‘yo estuve aquí’. Pero al pasar por el tamiz de la sensibilidad humana, deviene en producto estético.

La cultura del *graffiti* en las grandes ciudades de los Estados Unidos tomó un matiz acentuadamente individualista durante los años setenta y ochenta del siglo XX. Además de la actitud rebelde contra la propiedad privada en general, los pintores de *graffiti* generan una organización autogestada. No hay autoridades en esta organización, pero sí hay jerarquía: quien pinte en el lugar de más difícil acceso tiene mayor consideración. Así, los grafiteros más audaces se arrebatan los primeros puestos según logran pintar en sitios más vigilados, o más altos, o que requieren mayor habilidad y audacia para escalar, o hacen pintas titánicas, como pintar todo un tren del metro o tapizar un edificio con el propio *tag*.

Y es que, durante los años 70 y 80, especialmente en los Estados Unidos, un ‘escritor de *graffiti*’, que repetía su marca en los sitios más hostiles y difíciles podía adquirir renombre antes de haber cumplido los quince años. Ser famoso se convirtió en una motivación para hacer *graffiti*. En entrevistas

que hizo a escritores de *graffiti* para el libro *The Faith of graffiti*, Norman Mailer registra las palabras de CAY 161, uno de los grafiteros que alcanzaron reconocimiento en esos años:

<<The name>> says CAY161 <<the name is the FAITH of graffiti... (Mailer, Norman en Kurlansky y Jon, 1974:3)⁷

El nombre para ellos tiene un valor ritual, religioso: es el objeto de veneración de esta fe. Pero no es un nombre único, no es el nombre de un eterno dios que se repite desde siempre, que existe desde el principio de los tiempos. El objeto de veneración cambia de semana en semana, día a día y es objeto también de feroz competencia: hacer que el propio nombre supere al de los demás.

Pero, ¿qué tan conscientes son de su rebeldía? En la ‘guerra de los egos’ de los grafiteros, la rebeldía contra el sistema reproduce los valores del mismo sistema al que cree socavar: en la competencia por la fama, por el reconocimiento, por la preeminencia, los artistas urbanos sólo se distinguen de empresarios, corredores de bolsa o deportistas porque los primeros no reciben dinero por ser ‘los mejores’. Pero comparten el mismo egoísmo, la misma avidez de triunfo, la falta de conciencia colectiva, la misma agresividad competitiva. Regresaré a este punto en la sección dedicada a las similitudes y diferencias entre estencil y *graffiti*.

⁷ <<El nombre>> dice CAY 161, <<el nombre es la FE del *graffiti*...

Termino esta sección con una cita del artículo *Arte público y tecnologías digitales* de Vicente Araújo, en el que expresa una opinión poco favorable para el *graffiti*:

El *graffiti* en su forma más extendida tiene más de exhibicionismo que de expresión artística (en el supuesto de que ambas cosas no sean la misma). El dominio de una técnica complicada en ornamentadísimas expresiones de ego tribal parece desplazar cualquier intento de comunicación auténtica. El mensaje, salvo las muy dignas excepciones conocidas por todos, es siempre 'Este soy yo, estuve aquí y sé hacer esto'. Ese interés por el malabarismo técnico rechaza la muleta tecnológica. Es espontáneo y repetitivo, fija estilemas formales, se resiste al diálogo. (Araújo, 2006:4)

LAS PERSONAS. Al igual que en el esténcil, las personas productoras mantienen el anonimato debido al carácter ilegal de esta expresión, identificándose con *tags*. La diferencia es que en el caso del *graffiti* el trazo es la expresión gráfica, mientras que en el esténcil el *tag* es sólo la identificación de la persona productora y hay aparte otro producto simbólico, las imágenes del esténcil propiamente dicho.

Hacer *graffiti* es una expresión de rebeldía y de territorialidad, rasgos que comparte el esténcil. Quien hace *graffiti* sabe que será detenido o tendrá que pagar 'mordida' a la policía si es capturado en el acto de pintar, por daños a la propiedad privada. Quien lo hace sabe los riesgos a los que se enfrenta de manera consciente. ¿Por qué hacerlo? Tanto en el caso del

graffiti como en el del estencil, quienes se atreven a hacerlo se hacen parte de una subcultura; obtienen, mediante esta especie de iniciación, un sentido de pertenencia a un pequeño grupo, a una tribu urbana.

B) DISTRIBUCIÓN

En cuanto a su DISTRIBUCIÓN, el *graffiti* no difiere del estencil. Es también una expresión pública, ilegal (o alegal, como prefieren algunos artistas públicos españoles), de distribución libre y gratuita. Comparte el carácter efímero del estencil. Quizá son más



fig. 2.49

efímeros debido a que, cuando una pandilla quiere demostrar su poder, pone sus *graffiti* sobre los de las otras, borrándolos o al menos tapándolos en parte. (fig. 2.49)

Han habido algunos intentos para institucionalizar la distribución del *graffiti* y del estencil. Los municipios de algunas ciudades, las delegaciones del Distrito Federal y algunas instituciones públicas en diferentes estados han convocado a los grafiteros en un día determinado a hacer *piezas* o *tags* en muros públicos asignados al efecto. En algunos casos incluso se ha hecho en forma de certamen, invitando a artistas plásticos y a grafiteros reconocidos como jurados. Esto ha permitido que algunos artistas públicos

o grafiteros talentosos hagan grandes piezas murales en muchas horas de trabajo (cosa que no se puede hacer con la presión de la llegada de la policía). Con los botes de aerosol a mano alzada logran figuras plásticas, con modelado cromático de luz y sombra, escenas con figura y fondo: las *piezas*. Y por supuesto, sus *tags* caligráficos y tipográficos. La *banda* participa, si bien no en pleno; muchos grafiteros se sienten vulnerables: en un acto así se pueden volver identificables. (En Oaxaca, la institución que ha convocado es la Dirección de Seguridad Pública, la mismísima Policía. Esto puede despertar cierta desconfianza...)

C) CONSUMO

Desde el momento en que en el *graffiti* no hay una intención comunicativa directa, su CONSUMO se vuelve restringido. Es más un consumo interno, un sistema cerrado similar al del arte: los consumidores son los mismos productores y unos cuantos iniciados que aprecian los valores estéticos y rebeldes del medio. El grueso de la población los ve como actos vandálicos, como códigos ilegibles (fig. 2.50).



fig. 2.50. Esperando el camión en la esquina del mercado Paz Migueles, colonia Volcanes, Oaxaca.

2.2.3 ESTÉNCIL Y GRAFFITI: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS

La modernidad se rebela contra las funciones normalizadoras de la tradición; la modernidad vive de la experiencia de rebelarse contra todo cuanto es normativo. Esta revuelta es una forma de neutralizar las pautas de la moralidad y la utilidad.

(Jürgen Habermas en Foster, 1988:22)

La rebeldía es un evidente punto en común entre el estencil y el *graffiti*. Parece ser que los tiempos que nos tocan vivir, lo que algunos teóricos llaman la posmodernidad, son tiempos de acuerdos, de concertaciones y concertaciones, de aceptar menos libertades individuales para conservar (al menos en teoría) la seguridad y el confort de la vida normalizada; de preferir la estabilidad macroeconómica a los ideales humanos; de justificar la guerra en nombre de la democracia, cuando en el fondo subyace el miedo.

En este escenario, el arte ‘culto’, posmoderno, reconocido como tal por un sistema de distribución formal representado por la institución oficial (el museo) y la mercantil (la galería) afirma estos valores de normalidad y estabilidad incluso cuando recurre al horror, la abyección o a la ironía como categorías estéticas (Perniola, 2002:18); finalmente opera en contrapunto o conjunción con esas pautas de las que habla Jürgen Habermas. Por otro lado, el arte público tiende más a lo que este filósofo alemán tipifica como el espíritu de la modernidad: “rebelarse contra todo lo que es normativo”, y de esa forma “neutralizar las pautas de la moralidad y la utilidad”. Las

personas que hacen estencil se rebelan contra las pautas de moralidad, es claro; al violar reglas y leyes, actúan –consciente o inconscientemente– en contra de uno de los puntales de la sociedad contemporánea: la propiedad privada. Pero también neutralizan las pautas de la utilidad: su actividad gráfica no busca objetivos prácticos, monetarios o de reconocimiento profesional como el resto de las actividades aceptadas en nuestra cultura; se hace carrera de profesionista, de deportista, de artista incluso, no de grafitero. Y en los casos en los que un artista urbano obtiene reconocimiento, ‘fama’, esta no mejora su condición de marginado social, económico o ideológico.

Un caso a considerar es el de Jean-Michel Basquiat. Tras ser expulsado del sistema educativo norteamericano a los 17 años, comienza una carrera vertiginosa hacia el reconocimiento y el exceso. Poseedor de una educación de clase media (su padre era profesionista, su madre lo llevaba a los museos en su Nueva York natal desde pequeño) y de una ambición de éxito, se inicia como escritor de *graffiti* y artista popular con una inteligente estrategia: Cette marche forcenée vers une reconnaissance indispensable à sa survie, il l’obtient très vite puisque dès 1977, son <<tag>> SAMO© (same old shit) dont il inonde la ville (le pont de Brooklin, Manhattan, la proximité des galeries d’art) est repéré

notamment par Keith Haring qui admire ses formules courtes et sa brillante efficacité littéraire... (Millet, Bernard en *Jean-Michel Basquiat/une rétrospective*, 1992:14)⁸

For Jean-Michel planted his street text not just anywhere, but predominantly along the strategic byways of Soho and the East Village, sometimes even at art openings. Here, he knew, they were bound to be seen by influential people. They were not only social texts. They also constituted, in the purest Norman Mailer sense, advertisements for himself.

(*Jean-Michel Basquiat*, 1993:)⁹

De esta forma y frecuentando los clubes y bares de moda, dio a conocer sus piezas callejeras y sus prendas pintadas, llamando la atención de ‘gente con influencia’:

Il est alors invité à participer à l'exposition <<New York-New Wave>> organisée en 1981 à l'Institute for Art and Urban Resources, PS1 de New York. (Millet, Bernard en *Jean-Michel Basquiat/une rétrospective*, 1992:14)¹⁰

A partir de esta fecha abandona el *graffiti* callejero y su lenguaje (apropiándose, reelaborándolo), creando un lenguaje pictórico personal y pertinente al momento histórico y cultural: se incorpora al sistema formal del arte. A cambio del reconocimiento del sistema del arte-arte y su

⁸ Hace una marcha forzada hacia un reconocimiento que le es indispensable para la supervivencia. Y lo obtiene rápidamente, pues en 1977 su *tag* SAMO© (Same old shit) con el que inunda la ciudad (el puente de Brooklyn, Manhattan, la proximidad de las galerías de arte) fue notado entre otros por Keith Haring, que admira sus fórmulas cortas y su brillante eficacia literaria...

⁹ Porque Jean-Michel no plantaba sus textos callejeros donde fuera, sino predominantemente a lo largo de los pasajes estratégicos del Soho y el East Village, a veces hasta en inauguraciones de arte. Ahí, el lo sabía, estaban destinados a ser vistos por gente con influencia. No eran textos sociales solamente. También constituían, en el más puro sentido a lo Norman Mailer, publicidad de sí mismo.

¹⁰ Así, fue invitado a participar en la exposición New York-New Wave organizada en 1981 en el Institute for Art and Urban Resources, PS1 de Nueva York.

consecuente éxito de fama y fortuna, cambió el muro público como soporte de sus trazos por los lienzos colgados en galerías y museos. Murió a los 28 años de una sobredosis de droga. Finalizo este párrafo con una cita:

Culture as a common denominator already contains in embryo that schematisation and process of cataloguing and classification which brings culture within the sphere of administration (...) Anyone who resists can only survive by fitting in. Once his particular brand of deviation from the norm has been noted by the industry, he belongs to it...

(Adorno y Horkheimer, 1944:13)¹¹

El arte urbano está inserto en el espíritu de la modernidad, intenta resistir a las tentaciones del sistema que busca absorber toda manifestación de rebeldía, toda fuente de inestabilidad para normalizarla, para desactivar toda bomba. Continúa Habermas:

La conciencia estética representa continuamente un drama dialéctico entre el secreto y el escándalo público, le fascina el horror que acompaña al acto de profanar y, no obstante, siempre huye de los resultados triviales de la profanación. (Habermas en Foster, 1988:22)

El arte público parece ser el heredero de esta conciencia estética de la modernidad, su propia naturaleza implica ese hacer secreto que deviene en escándalo público, y el acto de profanar le es esencial aunque no siempre huya de sus resultados triviales: le fascina *épater le burgeoise* en el más puro estilo moderno.

¹¹ La cultura como común denominador contiene ya en embrión esa esquematización, ese proceso de catalogación y clasificación que lleva a la cultura a la esfera de la administración (...) Cualquiera que resiste puede sobrevivir sólo al encajar. Una vez que su particular tipo de desviación de la norma es notada por la industria, ya le pertenece...

Aquí comienza la divergencia entre el estencil y el *graffiti*: la capacidad del estencil de hacer un discurso visual directo le da una faceta ideológica que no alcanza el *graffiti*.

Regreso ahora a *banksy*. En sus imágenes, en las frases que pinta con estencil demuestra un punto que creo fundamental para entender la diferencia entre el estencil y el *graffiti*: las personas productoras de estenciles quieren comunicar algo más que rebeldía *per se*. Repito esta cita porque en ella hace explícita esta intencionalidad, presente en muchos trabajos de estencil en todo el mundo pero que *banksy*, con el mismo desparpajo e irreverencia que muestra en sus trabajos, expresa conscientemente:

“Los tiempos de obtener fama por tu nombre en sí se acabaron. El trabajo artístico que trata solo del deseo de ser famoso nunca te hará famoso. Toda fama es el subproducto de hacer algo con significado. No vas a un restaurant y ordenas una comida porque quieres cagar.” (banksy, www.banksy.co.uk)

Al tratar del *graffiti* mencioné la importancia que tiene el nombre, el reconocimiento implícito en el nombre, para sus productores. A esto se refiere *banksy*, a traspasar ese umbral: cuando se tiene algo que decir, ideas que comunicar, escribir un nombre ya no es suficiente. Hacer imágenes con estencil puede ser la forma de transmitir cosas con sentido. Esto no quiere decir que toda producción de *graffiti* sea así. Un ejemplo que conozco es el de *daphne*, que es el *tag* de una de las compañeras de estudios de Úrsula,

mi mujer. Esta chica estudiaba en la misma escuela de diseño que Úrsula y usaba sus conocimientos en la búsqueda gráfica para crear variaciones imaginativas en términos compositivos, tipográficos, cromáticos: el *tag* se convierte en *pieza* (*piece*). Y además de su actividad como escritora de *graffiti* tiene una producción visual muy prolífica, como diseñadora y como artista.

El *graffiti* puede, entonces, ser un extenso campo de búsqueda: estético, caligráfico, tipográfico. En cuanto a la experimentación estética, el *graffiti* busca variaciones cromáticas y formales; las segundas están restringidas hasta cierto punto por la naturaleza de las letras. Las variaciones cromáticas pueden ser enormes. La búsqueda caligráfica y tipográfica es específica del *graffiti*, el estencil da mayor peso a la imagen. En el estencil hay también una búsqueda estética, con la posibilidad de agregar otra dimensión, la del discurso visual y literario explícito.

Para comparar el consumo de ambas expresiones, quiero regresar a dos conceptos previos: primero, la tendencia de nuestra psique a buscar configuraciones reconocibles (cf. con las teorías de la percepción de Rudolf Arnheim y E.H. Gombrich); segundo, la indescifrabilidad del *graffiti*.

Buscamos figuras en las nubes en movimiento, en las manchas y desconchaduras de una vieja pared, encontramos a la Virgen de Guadalupe o el rostro de Cristo en el pavimento del *metro* o en las manchas de humedad de un muro de concreto. Uno de nuestros mecanismos de

supervivencia como especie es el de encontrar rápidamente patrones visuales que nos avisen del peligro o indiquen una fuente de sustento. Esta conducta casi instintiva ayuda a que el público voltee a ver un estencil, aunque esté en desacuerdo con las ideas expresadas o con el hecho implícito de la violación a la propiedad. El segundo fenómeno, como ya expuse, dificulta el consumo del *graffiti* incluso a nivel perceptual: observar algo que excede nuestra comprensión, ya sea por exceso de complejidad visual, ya sea por exceso de dificultad para descifrar el código, frustra al espectador y lo lleva incluso a bloquear su aparato perceptivo hacia esos estímulos.

CAPÍTULO 3. Esténcil: casos oaxaqueños.

La calle, la APPO y otras...

En este último capítulo propondré una clasificación del material recopilado en campo, describiendo e intentando desentrañar su carácter visual. Las imágenes pintadas con esténcil en Oaxaca parecen tener una enorme variedad de temas y contenidos, desde cómicos –animales y personajes caricaturizados; figurativos –rostros, personajes anónimos, imágenes con carga erótica; personajes públicos, históricos, mediáticos; escenas que tienen que ver con la subcultura del *graffiti* –personajes en patineta o pintando con aerosol; iconos populares –luchadores, el Chapulín Colorado, Pedro Infante y Tin-Tan; personajes de *comics* y *manga* japonés; imágenes de denuncia social –niños de la calle, mujeres del pueblo, campesinos; imágenes con carga política.

Los autores consultados que escriben sobre el esténcil de varias partes del mundo (Ganz, 2004; Manco, 2002; Macphee, 2004) hacen clasificaciones un tanto arbitrarias en las que se mezclan diferentes categorías; están clasificados por autores (o *tags*) seguido por temas o iconografías de autores anónimos, todo en el mismo plano. Es cierto que en la escena internacional del esténcil hay ya personalidades reconocidas por sus aportaciones y la calidad de su trabajo; es cierto también que esto complica una clasificación basada en las imágenes por sí mismas y quizá



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

busca equiparar al estencil con el sistema del arte, para el que la autoría tiene una importancia inusitada.

Propongo para Oaxaca una tipología más simple y general. Primero, una categoría que llamaré CULTURA URBANA y que engloba la mayoría de los temas con una característica en común: están hechos con una idea de rebeldía difusa, principalmente para apropiarse el espacio urbano sin mayor intención comunicativa. En la segunda categoría, IMÁGENES SOCIALES Y POLÍTICAS, se expresa una rebeldía de índole social y/o política y son usadas como medio de difusión de ideas.

Finalmente, hay imágenes que tienen que ver con el arte o hechas con intención artística, que cerrarán este capítulo con el título de ESTÉNCIL Y ARTE.

Dentro de estas clasificaciones se pueden hacer subconjuntos temáticos (como los esbozados al iniciar este capítulo) que pueden traspasar las tres categorías propuestas, pero que considero de menor relevancia para entender el fenómeno.

3.1 Cultura Urbana

El estencil es un fenómeno urbano y moderno –surge en los muros de las ciudades no antes del siglo XIX- así que llamar a este apartado cultura urbana podría parecer redundante. Lo uso porque creo que es un término que expresa bien el espíritu de apropiación individual del espacio urbano contemporáneo, y aunque las otras dos categorías que propongo pertenecen también a la cultura urbana, se distinguen por tener intenciones, reclamos e ideas más definidas.

Quiero mostrar primero este luchador (fig. 3.1). Es una imagen de la cultura popular, un héroe de barrio, un personaje de origen no mediático. La solución gráfica es sintética, aprovechando la naturaleza del estencil: el color del muro funciona como la tela de la máscara, mientras que los detalles decorativos y los rasgos del rostro resaltan con la pintura



fig. 3.1

blanca. La intervención en el muro rojo con aerosol blanco para la máscara es muy atinado, le da un carácter muy local y lo distingue de la mayoría de los estenciles de Oaxaca, pintados en negro. La elección del sitio urbano es muy buena, en una esquina ochavada donde se cruzan dos calles

importantes (Morelos y Reforma); su dimensión también lo hace notorio: mide unos ochenta centímetros de altura.

Un elemento presente en muchos esténciles es el humor. Quien hace el esténcil se divierte eligiendo la imagen, cortando la plantilla y viéndola después en el muro, que le sonrío con complicidad. Quizá incluso intenta sobreescribir la realidad, quitarle lo oneroso a la vida diaria para hacerla más llevadera, y compartir esto con las demás personas. Como muestra de esto sirvan estas imágenes (figs. 3.2-3.7).



figs. 3.2, 3.3, 3.4, 3.5



figs. 3.6, 3.7

3.2 Imágenes sociales y políticas

Este apartado es sumamente importante. En los estenciles con contenido de denuncia social y/o política se centra esta investigación, como adelanté al final del primer capítulo. Al comenzarla a mediados del 2005 solamente adivinaba las posibilidades de este medio. Los acontecimientos sociales y políticos que vivió la ciudad de Oaxaca desde mayo a noviembre de 2006 confirman la hipótesis de que el estencil es un medio democrático, económico y efectivo para difundir ideas –contenido racional– y llegar a las emociones del público mediante una carga estética; parafraseando de nuevo a Blanca Gutiérrez Galindo y a Michel de Certeau, el estencil es una táctica estética del uso indisciplinado de los muros de la ciudad.

Después de que el gobierno del Estado fracasó en el intento de desalojar a los maestros en plantón en junio de 2006, desacreditando de paso a la policía estatal, la vigilancia policiaca desapareció prácticamente de la ciudad. Los estenciles, carteles y otras pintas – que poblaban ya el primer cuadro ocupado por el magisterio– se extendieron por todo el centro histórico de la ciudad de Oaxaca. Así, al no estar activo el mecanismo regulador usual (la policía) y estar presente un fuerte resentimiento social hacia las clases acomodadas, el gobierno y la iglesia, la violación de la propiedad privada con aerosol y plantillas fue indiscriminada, llegando a afectar edificios históricos. Se pintó sobre muros, sobre cantera, incluso sobre vidrieras y aparadores.

Otro efecto de la libertad inusual con la que se podían pintar los estenciles fue la dimensión de algunos de ellos, verdaderos murales urbanos.

Por la calidad de su factura y sus dimensiones propongo estos dos ejemplos. El primero (fig. 3.8) es un mural de unos tres metros de altura por cuatro o cinco de ancho (comparar la dimensión con las personas que aparecen en la parte inferior). Representa a un grupo de siete niñas y niños observando al espectador, sonriendo unas, otros más serios. Estaba en el campamento que montó la APPO frente a la iglesia de Santo Domingo, tras ser desalojados por la PFP del



fig. 3.8

zócalo de Oaxaca. Con esta imagen enorme se integraba el futuro al movimiento social oaxaqueño: la infancia sonriente en medio del conflicto. Quizá la intención es un tanto melodramática.

El segundo (fig. 3.9) es una sucesión de ocho rostros del gobernador de Oaxaca, Ulises Ruiz Ortiz, en diferentes actitudes. Cada imagen tiene un pie que, en conjunto, realizan una operación lingüística demoledora hacia la figura de autoridad (Ulises Ruiz) y la institución que representa (el Gobierno del Estado de Oaxaca): el político, el gobernador, el hombre de poder es la personificación absoluta (por el uso del artículo *el*) de la represión, la ruindad, el autoritarismo, el cinismo, la hipocresía (al hacerse *el inocente*). Las



fig. 3.9

otras tres (el ratero, el asesino, el *heces ruiz*) son acusaciones e injurias directas hacia la persona que, por ser el responsable último de las acciones de desalojo violento contra el magisterio, se convirtió en el blanco de los ataques del movimiento.

Los rostros están tratados al alto contraste –muy posiblemente ampliando y simplificando fotografías del periódico– logrando así parecido y contundencia gráfica.

Esta serie de esténciles, aparte de pintarse en el muro, fue usada el Día de Muertos (2 de noviembre de 2006) para hacer un altar-instalación: se colocaron las plantillas en el piso sobre una cama de arena y se espolvoreó encima pigmento negro formando un



fig. 3.10, 3.11. Altares de muertos frente al templo de Santo Domingo de Guzmán. Oaxaca, noviembre de 2006. Fotografía, Romina Hierro.

‘tapete’, refuncionalizando y resignificando una de las tradiciones oaxaqueñas para decorar altares de muertos (fig. 3.10, 3.11).

El esténcil es un medio de comentar las realidades políticas sin pasar por los filtros de la censura mediática. Cuando, al final de su mandato como gobernador del Estado (2004) José Murat se vio envuelto en un escándalo que él mismo presentó como un atentado



fig. 3.12



fig. 3.13



fig. 3.14

hacia su persona, apareció este esténcil (fig. 3.12) –que fue rápidamente borrado– expresando la opinión popular de que el suceso había sido un ‘auto-atentado’ un tanto inexplicable. Similar es

este estencil que alude al homicidio del candidato a la presidencia de la República en 1994, Luis Donaldo Colosio (fig. 3.13). Este otro (fig. 3.14) apareció al fracasar el intento que hicieron los partidos de derecha para desaforar al entonces Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.



fig. 3.15

Y esta parodia de los candidatos a la Presidencia de la República, vestidos como boxeadores con la leyenda *listos pa' madrear*, acompañó el inicio de las campañas en el año 2005 (fig. 3.15). El humor y la ironía son, pues, los únicos medios que le restan al ciudadano anónimo para expresar su escepticismo y su inconformidad. De nuevo con De Certeau, las tácticas de la indisciplina buscan su cauce en la irreverencia que, si no puede

cambiar el estado de las cosas, al menos lo denuncia al tiempo que despierta una sonrisa en los transeúntes.



fig. 3.16



fig. 3.17 Benito Juárez.
Imagen del dominio público, disponible en www.wikipedia.org

Un esténcil que se repitió mucho a principios del 2006 es el de la figura 3.16. La plasta simple, de color parejo es el cabello de Benito Juárez (fig. 3.17) –la figura más importante para los oaxaqueños, y quizá para la historia de México– como se le representa en los cuadros y fotografías de la época y que se ha convertido en un icono para todos los mexicanos. El esténcil se pintó en series de dos, tres y cuatro yuxtapuestos (fig. 3.18).



fig. 3.18 Fotografía, Romina Hierro

A pesar de ser un estencil gráficamente muy sencillo, tiene una profunda síntesis conceptual. Comenzó a pintarse simultáneamente que se lanzó la campaña oficial para la celebración del bicentenario del natalicio de Benito Juárez. El estencil pone en la cuerda floja al personaje histórico, al concepto que de él tenemos los mexicanos y a la campaña oficialista. ¿Quién fue Benito Juárez, por qué es un héroe nacional? ¿Para la ciudadanía es solamente una imagen vacía, que puede reconocerse por su *peluca*, pero que no tiene ya ningún contenido heroico, político o ideológico? ¿La celebración del bicentenario consiste en repetir públicamente y hasta el cansancio una imagen reconocible pero fantasmal? La ironía actúa impecablemente en este estencil.



fig. 3.19

Y ya que el tema es Juárez, quede este estencil como muestra de apropiación cultural (fig. 3.19). El oaxaqueño indígena que llega a ser presidente de la República, modelo de los logros democráticos del individuo pasa a la cultura punk con humor e irreverencia.

Esta sección podría ser muy amplia. La imaginería que desató el movimiento magisterial de Oaxaca el año 2006 es muy rica, y las siguientes páginas son un testimonio gráfico y un tributo al uso indisciplinado de los muros para comunicar y sentir. (figs. 3.20-3.34)



figs. 3.20-3.22. Esténciles durante el plantón y barricadas del magisterio y APPO, Oaxaca, 2006



figs. 3.23-3.27. Esténciles durante el plantón y barricadas del magisterio y APPO, Oaxaca, 2006



figs. 3.28-3.34. Esténciles durante el plantón y barricadas del magisterio y APPO, Oaxaca, 2006

3.3 Esténcil y arte

En la sección 1.3 (Arte, esténcil y *graffiti*) expuse los cuestionamientos y problemas que enfrenta el esténcil en su relación con el arte (o el arte en su relación con el esténcil). En esta sección mostraré esténciles registrados en Oaxaca cuyo tema es el arte o cuya intención demuestre un acercamiento (explícito o no) con el sistema del arte.

Como ejemplo del primer caso, presento estos dos esténciles. El primero es una representación al alto contraste de un monumento de la cultura de la Roma clásica: el Coliseo (fig. 3.35). ¿Qué sentido tiene representar al Coliseo con pintura en aerosol en una esquina transitada de una ciudad mexicana de provincias? Quizá es un nivel más de apropiación: un símbolo de la alta cultura marca, como un sello, el espacio urbano.



fig. 3.35



fig. 3.36

El segundo es esta imagen de la Gioconda de Da Vinci (fig. 3.36). Entre sus manos cruzadas tiene un bote de aerosol; la famosa sonrisa puede, pues, tener otro sentido: la ironía contemporánea y urbana hacia la imagen original forma una tensión entre el arte culto y la expresión callejera. La mano de Mona Lisa juega como la mano de Escher: el producto es a la vez productor, retando a la mente a un concurso de paradojas tan viejo como la gallina y su huevo.

Una mano anónima –de un transeúnte– raspó la pintura de la pared, dejando unos huecos blancos con forma de ojos sobre los ojos de la figura, y una especie de cigarrillo en sus labios. Este caso nos permite una disgresión acerca de las intervenciones urbanas. El estencil, que se apropia del texto urbano (siguiendo las ideas de Barthes, Borriaud y De Certeau), sobrescribiéndolo para alterar la red de significados normalizados, a su vez es alterado y sobrescrito, los consumidores son también productores, fabricantes a decir de Michel de Certeau. La Mona Lisa queda ciega, fuma a su pesar, la red de significados se hace más densa, cambiante, aditiva. La obra, el producto, no es definitivo, se modifica a lo largo del tiempo con las aportaciones de los supuestos consumidores pasivos que, activamente, juegan con el texto urbano.



fig. 3.37

Otro caso es el de un acercamiento con intención al sistema del arte. Para ejemplificarlo quiero mostrar este 'minotauro' (fig. 3.37). La cabeza de toro está pintada con esténcil, mientras que el cuerpo está sólo sugerido con un contorno pintado con aerosol a mano alzada. La plantilla es muy detallada, quizá está lograda mediante una transferencia fotográfica o impresión digital que después se corta minuciosamente. Está 'firmada' por el colectivo Arte Jaguar. Aquí encontramos varios hechos significativos. Primero, la imagen busca (y logra) tener gran precisión gráfica, encontramos mucho cuidado en el dibujo (o que al menos así lo parezca), lo que lo emparenta con el sistema del arte. Segundo, la palabra 'arte' está incluida en la

‘firma’, es una especie de petición de principio o declaración de intenciones: aunque se trata de una expresión libre y callejera, de un trabajo colectivo y anónimo, se busca cierto reconocimiento, se deslinda de la simple travesura o rebeldía difusa, intentando apropiarse del espacio público en nombre de cierto ‘arte’.



fig. 3.38

Este caso tiene una anécdota que vale la pena registrar. Aunque los estenciles son efímeros, gozan de cierta tolerancia que les da un lapso de vida. El ‘minotauro’ fue pintado en el muro exterior del atrio de la iglesia del Patrocinio, en el centro de Oaxaca. Las autoridades eclesiásticas lo mandaron raspar en menos de dos

días, mientras este otro ‘minotauro-djinn’ (fig. 3.38), pintado esos mismos días en el muro de un comercio (Morelos esquina Tinoco y Palacios) duró meses. Supongo que un ser con cuernos, aunque sea mitológico, es intolerable en un templo católico...

Finalmente, muestro esta serie de imágenes (figs. 3.39-3.42). Son las únicas pintas oaxaqueñas que sé de forma fidedigna que fueron hechas por una mujer. Algunas están pintadas directamente con brocha y pintura negra, a modo de siluetas alargadas: fueron de las primeras imágenes callejeras que llamaron mi atención alrededor del



figs. 3.39-3.42. Siluetas

año 2000. Otras están solucionadas con esténcil o una combinación de esta técnica y la pintura directa. La lírica visual y los personajes con sombrero tienen cierto parecido con los esténciles del francés *Nemo*, que pintaba las calles de París en los años ochenta (cf. Manco, 2002: 39-40).



fig. 3.43, 3.44

En las dos imágenes anteriores (figs. 3.43 y 3.44), esta productora se asume como artista, reclamando en la primera la intolerancia policíaca hacia sus acciones artísticas en el espacio público, cuestionando al arte en general y al suyo propio en la segunda. Durante la exposición del Grupo SUMA en el Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca a la que hice mención en el segundo capítulo de este trabajo de tesis, se incluyó una vitrina con el registro fotográfico de algunas intervenciones de esta estencilera oaxaqueña, asimilando su trabajo presente a la memoria histórica de un grupo artístico reconocido como lo es SUMA.

Esbozo de conclusión

Noviembre de 2006. Finalmente, la intervención de la Policía Federal Preventiva terminó con la ocupación del centro histórico de Oaxaca, empujando al movimiento social a la ilegalidad. Detenciones en masa, ‘deportaciones’ a prisiones de otros estados de la República seguidas de exoneraciones y regresos. Encarcelamiento de los líderes más notorios. Las barricadas de los maestros fueron sustituidas por vallas de hierro custodiadas por batallones de policías federales con cascos y escudos antimotines, apoyados por tanquetas blindadas.



fig. 3.46 Fotografía, Carlos Franco.



fig. 3.47 Fotografía, Romina Hierro.

Antes de estas acciones, las brigadas del gobierno tapaban diariamente con pintura los esténciles de las calles principales no tomadas por el movimiento, ejerciendo una acción de choque: los muros de Oaxaca se convertían al expresionismo abstracto involuntario (figs. 3.46 y 3.47). En cuanto las ‘fuerzas del orden’ restablecieron la situación normal, todas las pintas de la ciudad –



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

graffiti y estencil por igual, con contenido político o no- fueron cubiertas: gobierno y propietarios invirtieron grandes sumas de dinero para devolver a los muros su color original. Parece ser que entre más rebelde sea la expresión callejera, más efímera será su permanencia en el muro a la vista del público (fig. 3.48).



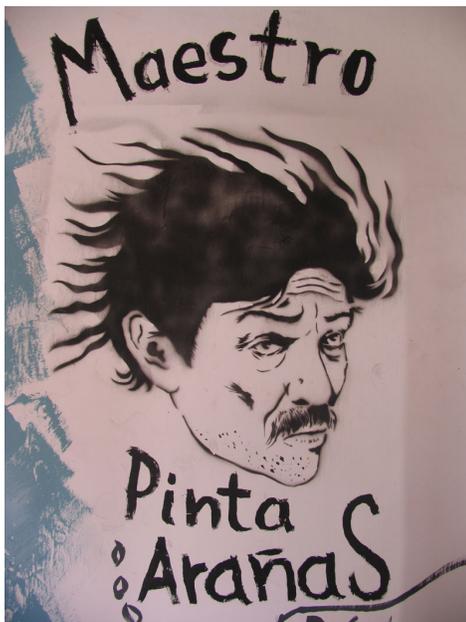
fig. 3.48. Pintas cubiertas por el departamento de limpia municipal durante el plantón y barricadas del magisterio y APPO, Oaxaca, 2006. Fotografía, Romina Hierro

Pero, mientras la ciudadanía conservadora (de todo nivel socioeconómico) enterraba los estenciles bajo capas de pintura y mala conciencia, el Instituto de Artes Gráficas de Oaxaca organizaba una exposición dentro de sus instalaciones, abierta a la expresión rebelde (figs. 3.49-3.54). Las personas que pintaron estenciles fueron

convocadas y pudieron apropiarse de los muros de las salas de exposición del IAGO durante el mes de enero de 2007. El IAGO adoptó la función originaria del museo: la memoria. ¿Podríamos considerar la exposición *Graffiteros al paredón* como un epílogo decoroso para este capítulo del arte público en Oaxaca? Aún es pronto para decidir.



figs. 3.49-3.51. Exposición *Graffiteros al paredón*, en el IAGO. Oaxaca, 2007 Fotografía, Carlos Franco



figs. 3.52-3.56. Exposición *Graffiteros al paredón*, en el IAGO. Oaxaca, 2007 Fotografía, Carlos Franco

Y después de esta exposición, pareció que todo había acabado. Desde entonces, la ciudad es vigilada por camionetas *pick-up* sin insignias policíacas pero, sentados en la caja, viajan cinco o seis policías con chalecos anti-balas, cascos anti-motines y rifles automáticos. La vida de un estencilero rebelde se ha hecho más dura en Oaxaca. Sin embargo, en sentido contrario, hay más personas que esperan ver una nueva pieza de estencil en la pared, como comentario sincero a los acontecimientos sociales y políticos del día – sin la injerencia de los medios de comunicación. O ver simplemente la intervención estética de la ciudad. En el momento en que escribo esto, agosto de 2007, grandes estenciles han reaparecido en los muros de la ciudad (figs. 3.57- 3.62).



figs. 3.57, 3.58 Fotografía, Romina Hierro.



figs. 3.59, 3.60, 3.61, 3.62 Fotografía, Romina Hierro.

Y en abril y mayo de 2007, *La Curtiduría*, un espacio alternativo de acción artística organizó, en sus instalaciones en el barrio de Jalatlaco, una intervención de sus muros por colectivos de estencileros y artistas públicos

de Oaxaca (*artejaguar*), Colombia (*excusado* de Bogotá y *asalto urbano* de Cali) y Argentina (*run dont walk* y *buenos aires esténcil*) (figs.3.63-3.66).

Así como los reclamos sociales y políticos quedaron latentes en Oaxaca y pueden resurgir, el uso anónimo e indisciplinado de los muros de la ciudad sigue aflorando en formas y espacios diversos; su territorio, a decir de Deleuze, se contrae y expande, se puebla, se desertiza siguiendo los latidos de su potencia.



figs. 3.63, 3.64, 3.65
Fotografía, Romina Hierro.



fig. 3.66 Fotografía, Romina Hierro.

BIBLIOGRAFÍA

- (1985) **De los grupos, los individuos. Artistas plásticos de los grupos metropolitanos.**
I.N.B.A. México,
- (1980) **Expediente: Bienal X**
Ed. Libro Acción Libre. México,
- (1992) **Jean-Michel Basquiat/une rétrospective**
Réunion des Musées Nationaux/ Musées de Marseille. Marseille, France,
- (1993) **Jean-Michel Basquiat**
Whitney Museum of American Art. New York, U.S.A.,
- Acha, Juan (1990) **Introducción a la teoría de los diseños**
Editorial Trillas. 2ª edición. México, 169 pp.
- (1999) **Teoría del dibujo. Su sociología y su estética**
Ediciones Coyoacán. México, 151 pp.
- Aquino, Arnulfo y (2004) **Imágenes y símbolos del 68**
Pérezvega, Jorge UNAM, Dir. General de Publicaciones. México
- Arnheim, Rudolf (1998) **El pensamiento visual**
Ediciones Paidós Ibérica, col. Paidós Estética. Barcelona, 363 pp.
- (2002) **Arte y percepción visual**
Alianza Editorial, col. Alianza Forma. Madrid, 514 pp.
- Banksy (s/f) **Banging your head against a brick wall**
Published by Banksy. Bristol, England, 48 pp.
- (s/f) **Existencilism**
Published by Banksy. Bristol, England, 52 pp.
- Blanco, Paloma et al (2001) **Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa**
Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, España,



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

- Bourriaud, Nicolas (2004) **Post producción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo.**
Adriana Hidalgo editora. Buenos Aires, Argentina, 123 pp.
- Calvino, Italo (1998) **Seis propuestas para el próximo milenio**
Ediciones Siruela. Madrid, España, 144 pp.
- De Certeau, Michel (2000) **La invención de lo cotidiano. Vol. 1 Artes de hacer**
Universidad Iberoamericana-ITAO. México, 229 pp.
- Foster, Hal (comp.) (1988) **La Posmodernidad.**
Editorial Kairós/Colofón S.A. México,
- Ganz, Nicholas (2004) **Graffiti World. Street art from five continents.**
Thames & Hudson. London, England,
- García C., Néstor (2003) **Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.**
Editorial Grijalbo. México, 365 pp.
- Gardner, Howard (1987) **Arte, mente y cerebro. Una aproximación cognitiva a la creatividad**
Paidós básica. Barcelona, España,
- Gombrich, E.H. (1987) **La imagen y el ojo**
Alianza Editorial, col. Alianza Forma. Madrid, España, 302 pp.
- Grupo Mira (1993) **La gráfica del 68. Homenaje al movimiento estudiantil.**
Ediciones Zurda, 3ª edición. México,
- Habermas, Jürgen (1996) **Ciencia y técnica como "ideología"**
Red Editorial Iberoamericana, México. México, 181 pp.
- Honnef, Klaus (1990) **Contemporary art**
Benedikt Taschen Verlag GmbH. Köln, Alemania,
- Kurlansky, Mervyn y Naar, Jon (1974) **The faith of graffiti**
Praeger Publishers inc. New York, U.S.A.,
- Manco, Tristan (2002) **Stencil Graffiti**
Thames and Hudson. New York, U.S.A., 112 pp.
- Manco, Tristan et al (2005) **Graffiti Brasil**
Thames & Hudson. London, England,
- Macphee, Josh (2004) **Stencil Pirates: a global study of the street stencil**
Soft Skull Press. New York, U.S.A.,
- Perniola, Mario (2002) **El arte y su sombra**
Editorial Cátedra. Madrid, España, 111 pp.
- Reszler, André (1974) **La estética anarquista**
Fondo de Cultura Económica. México,
- Sánchez, Alma B. (2003) **La intervención artística de la Ciudad de México**
Navegantes de la comunicación gráfica. México, 203 pp.
- Valerio, Robert (1998) **Atardecer en la maquiladora de utopías. Ensayos críticos sobre la artes plásticas en Oaxaca.**
Ediciones Intempestivas. Oaxaca, México, 291 pp.

Hemerografía.

- (2007) Catálogo de la exposición **stencilatinoamerica: iconografía callejera**. Oaxaca, México, abril-mayo de 2007
- Gutiérrez Galindo, Blanca (2003) **Museos y arte contemporáneo**. Artículo publicado en la revista *Fahrenheit*, oct-nov 2003 .
- _____ (2003) **Prácticas del espacio, artes de la indisciplina**. Manuscrito no publicado.
- _____ (2005) **Tecnologías de la representación y posibilidades de transformación social**. ponencia en el Simposio "Las nuevas tecnologías y su inserción en la plástica tradicional" (ENAP/UNAM, México, D.F.)
- Villavicencio Trejo, José S. (2007) **Los Grupos**. Manuscrito no publicado.

Documentos electrónicos.

- Adorno, Theodor & Horkheimer, Max **Dialectic of Enlightenment**.
[En línea]. Disponible en www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm Internet; accesado 15.05.2006
- Araújo, Fernando **Arte público y tecnologías digitales**.
[En línea] Disponible en www.dunadigital.com/adee/noticias/?p=583; Internet; accesado el 15.05.2006.
- Banksy
[En línea] Disponible en www.banksy.co.uk Internet; accesado el 15.05.2006.
- Barthes, Roland (1977) **Image Music Text**.
[En línea] Disponible en <http://korotonomedia2/RolandBarthesImageMusicText.pdf> accesado el 15.05.2006.
- Gómez Aguilera, Fernando **Arte, ciudadanía y espacio público**. On the w@terfront nr.5 marzo, 2004
[En línea] Disponible en www.ub.es/escult/water/N05_3.pdf Internet; accesado el 12.08.2006.
- Larrauri, Maite (2000) **El deseo según Deleuze**
[En línea] Disponible en <http://caosmosis.acracia.net/?p=369> Internet; accesado el 1.08.2007.