



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS.

“Graffiti y Contracultura”

Tesis

Que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual.

Presenta:
Manuel David Torres Guevara.

Director de Tesis: Maestro Gerardo García Luna Martínez.

México, D.F., 2009



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 Contracultura

El graffiti Hip-Hop y su impacto cultural a finales del siglo XX.

Manuel David Torres Guevara

Director: M. en A. V. Gerardo García Luna Martínez

Proyecto de Tesis para obtener el Título de Lic. en Diseño y Comunicación Visual.
ENAP-UNAM 2009

A mi madre y mentora Elsa Guevara

por su incondicional amor y apoyo a través de todo mi camino.

Agradecimientos:

A la Universidad Nacional Autónoma de México por sostenerme y formarme como profesionalista y persona.

A mi director de Tesis Gerardo García Luna y mis Sinodales, por su interés y tiempo dedicado en este proyecto.

A mis hermanos Erik y Gibran por su ejemplo e influencia en mi formación.

A Henry Chalfant, Emmanuel Audelo y al colectivo Graffitiarte por su trabajo y consejos que influyeron en la realización de este proyecto.

A el Indio, el Baba, Sab, Basta, el Piro y a todo el OCA crew con quienes crecí y conocí el mundo del graffiti.

A la generación de la Prepa 2 de la Huelga de la UNAM 99-2000 con quienes aprendí a tener un carácter crítico en mis proyectos.

Al colectivo La Alberca por su inspiración y compañerismo.

Al Krosty, Paola, Bili, Fave, Fhr, Marianus, Bariloco, Chaco, Pere, Chorles, Eloi, los Lllamarada de Petate, Pinky, Soria, Paulina, Liliana, Ruly, Leyla y tod@s mis amig@s compañer@s de vida que con su compañía y apoyo sustentan y enriquecen mi espíritu.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	
CULTURA Y CONTRACULTURA	3
1.1 Cultura: definición y contexto social	3
1.2 Cultura e identidad	5
1.3 Contracultura o culturas alternativas	7
1.4 Cultura y neoliberalismo	11
1.5 Contracultura y jóvenes	12
CAPITULO II	
EL GRAFFITI HIP-HOP COMO ELEMENTO DE LA CULTURA GLOBAL URBANA	16
2.1 Antecedentes Históricos	16
2.1.2 Décadas del 50, 60, 70: Movimiento por los derechos civiles y contexto político en la comunidad afroamericana de EU	18
2.1.3 Contexto cultural de la población afroamericana en las décadas del 50, 60.y 70	24
2.2 Nacimiento del graffiti moderno, cronología y contexto histórico en las décadas del 60 al 90	27
2.2.1 Décadas del 60 y 70	27
2.2.2 Década del 80	32
2.2.3 Década del 90	37
2.2.4 Cultura Hip-Hop como principal contexto cultural de la cultura urbana en las décadas del 80 y 90	39
2.3 La globalización como contexto político y social de la cultura urbana moderna en las décadas del 80 y 90	50
2.3.1 Antecedentes	50

2.3.2 El modelo neoliberal en las décadas del ochenta y noventa	51
2.3.3 La Globalización y los medios masivos de comunicación a finales del siglo XX	53
CAPITULO III	
EL GRAFFITI A COMIENZOS DEL SIGLO XXI Y SU IMPACTO EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	55
3.1 El postgraffiti y la cultura urbana a principios del siglo XXI	55
3.2 Graffiti y publicidad.	63
3.3 Los mass media y la imagen en la sociedad de consumo	66
3.4 Graffiti e Internet	70
3.5 Graffiti, imagen pop y comunicación mediática	72
3.6 Graffiti y contracultura	80
CONCLUSIONES	84
GLOSARIO	89
BIBLIOGRAFÍA	92

INTRODUCCIÓN

La presencia del graffiti como fenómeno social es evidente en la mayoría de las sociedades actuales, su presencia abrupta en las calles de todo el mundo, así como su adopción por los medios masivos de comunicación en publicidad y mercadotecnia, ha generado que su influencia sea ya parte de la imagen habitual de lo que se conoce como cultura urbana.

El objetivo de esta tesis es estudiar al graffiti como producto comunicacional donde primero lo revisaremos como un movimiento contracultural consecuencia del contexto social de las sociedades modernas, para después poder revisar su impacto en los medios masivos de comunicación y en mercadotecnia.

Nuestro objetivo será, establecer una aproximación al funcionamiento de la imagen o perfil estético del graffiti en el interior de situaciones concretas. No se trata pues de analizar la imagen como una entidad de significación propia y relacionada con otros objetos comunicativos, sino de estudiar una situación social generadora de necesidades comunicativas que son abordadas con diferentes objetivos que la significan. En este sentido, se pretende estudiar la presencia de imágenes asociadas al graffiti en el panorama estético popular, donde su uso con fines comerciales adquiere diversos matices como producto comunicacional.

La omnipresencia de la imagen en la cultura occidental moderna, con la vertiginosa aceleración de su tecnología, alentada por la alta rentabilidad económica y social, hace que las imágenes difundidas

en los medios adquieran una importancia central en el entendimiento estético de nuestra sociedad. Dentro de la perspectiva comunicativa, el lenguaje visual no interesa exclusivamente por sí mismo como conjunto de signos, sino como un recurso o instrumento aplicable a diversas actividades de manera distinta. Es decir nos interesa el lenguaje en función del objeto perseguido con su uso y los efectos que con eso se consiguen.

Esta ampliación de objetivos nos lleva a traspasar el campo exclusivo de la significación para acceder a las estructuras más amplias de su entendimiento y superar así el inconveniente de estudiar el fenómeno visual como fenómeno espontáneo, independiente de la voluntad y de la acción de los actores y del contexto histórico en el que se desarrolla.

De esta forma con esta tesis se pretende responder las siguientes preguntas:

- ¿En qué sentido el graffiti es un movimiento contracultural moderno?
- ¿Cuál fue su evolución como fenómeno global y cuáles fueron los hechos históricos en los que se desarrolla?
- ¿Cuál ha sido el papel de los medios masivos de comunicación en la popularización de lo que se conoce como cultura urbana?
- ¿Cambia la naturaleza de las imágenes asociadas al graffiti al ser utilizadas como publicidad?
- ¿Cuál es el valor cultural del graffiti en las sociedades modernas?

Para responder estas interrogantes prim-

ero estudiaremos las definiciones de cultura, contracultura, su desarrollo como término en los años sesenta y setenta y su relación con los grupos juveniles de finales del siglo XX. Después realizaremos una cronología de los hechos históricos que a mi parecer fueron definitorios en la conformación del desarrollo del graffiti de la década del sesenta hasta la primera década del año dos mil. Para finalmente estudiar la estética del graffiti como objeto de comunicación en los mass-media bajo sus distintos contextos, y entender su aporte como movimiento cultural en la actualidad.

Este análisis se centra principalmente en el movimiento de graffiti Hip-Hop o graffiti moderno, surgido en los Estados Unidos de America, debido a que en esta sociedad se creó un estilo particular que se esparció por todo el mundo, además de considerar a la cultura popular norteamericana como el eje en que se desarrollan los modelos y valores característicos que los medios masivos de comunicación implantaron a finales del siglo XX, generando el fenómeno de globalización cultural.

De esta forma pretendemos entender el graffiti como reflejo de las juventudes modernas, donde los avances tecnológicos y el orden hegemónico global son factores esenciales en su evolución.

El abordar el fenómeno de la comunicación visual en base a su contexto social nos permite establecer un puente entre la imagen en abstracto y sus implicaciones culturales, además de construir un vínculo con el momento histórico que le dio origen y sus actores. Asimismo se pretende plantear algunas perspectivas que conformarán las culturas alternativas juveniles en el futuro.

Así este trabajo puede servir de referencia a futuros análisis sobre graffiti o contracultura que estudien en forma más específica los distintos campos con los que interactúa, y abrir espacios de carácter interdisciplinario que permitan un abordaje de este fenómeno de forma más integral.

CAPÍTULO I

CULTURA Y CONTRACULTURA

1.1 Cultura: definición y contexto social.

El término cultura empieza por referirse a un proceso agropecuario - la cultura (cultivo) de granos o (cría y alimentación) de animales, y luego se extiende a un concepto más amplio referida a la cultura (cultivo activo) de la mente humana, y a finales del siglo XVIII, especialmente en alemán y en inglés, acaba por designar una configuración o generalización del espíritu que conforma todo el modo de vida de un pueblo en particular. Pero en un sentido más general, podemos distinguir dos tipos principales de cultura: a) el que subraya el espíritu conformador de un modo de vida global, que se manifiesta en toda la gama de actividades sociales, pero que es más evidente en cierto tipo de actividades: el lenguaje, los usos y costumbres, los valores, la moral; y b) el que destaca un orden social global dentro de la cual una cultura se define, por sus estilos artísticos y su forma de trabajo intelectual, es decir, como el producto directo o indirecto de un orden fundamentalmente constituido por otras actividades (Williams, 1976). Desde la perspectiva antropológica se ha elaborado otra noción según la cual la cultura es el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y de organización sociales y bienes materiales que hacen que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal de una generación a las siguientes.

Al ser la cultura un proceso inherente a las sociedades humanas, ésta es influenciada y alimentada por las características de dichas

sociedades, de ahí que se generan diversas culturas que reflejan las necesidades e ideologías de los diferentes grupos que conforman a una sociedad. Así, las diversas culturas generan distintos papeles y funciones dentro de la sociedad donde interactúan, las cuales tienen diversas funciones y efectos dependiendo del impacto y aceptación que estas culturas ejercen dentro del núcleo en el que se desarrollan. Así podemos afirmar que no hay una cultura universal, sino tan sólo culturas particulares, a veces emparentadas, pero muy diferentes unas de otras. Estas diferentes culturas, nacidas en el seno de variados conjuntos humanos, son fruto de distintos destinos históricos y alimentadas por experiencias y valores variados, expresan también diferentes visiones del mundo y forman parte del gran abanico de diversidad de la actividad y del pensamiento humano. Estas culturas han jugado distintas funciones dentro de cada sociedad, teniendo como eje común la conformación de una identidad que unifique la idiosincrasia y la cosmovisión de un grupo social en específico, pero donde existe una relación de solidaridad, competencia o dominio con otros grupos humanos que detentan cosmovisiones diferentes.

Así las diversas culturas generan distintos elementos culturales que se generan y se significan dentro de la estructura y características particulares de cada grupo que las sustenta. Por elementos culturales, según Bonfíl (1991), pueden distinguirse al menos las siguientes clases:

a) Elementos materiales, en esta categoría se incluyen tanto los elementos naturales como los que han sido transformados por el trabajo humano.

b) Elementos de organización, que son las relaciones sociales sistematizadas a través de las cuales se realiza la participación de conocimiento, es decir, las experiencias asimiladas y sistematizadas así como las capacidades creativas.

c) Elementos simbólicos: códigos de representación y comunicación, signos y símbolos

d) Elementos emotivos: sentimientos, valores y motivaciones compartidos, teniendo la subjetividad como recurso unificador.

Tanto los grupos culturales como los elementos culturales son fenómenos históricos dinámicos que cambian a lo largo del tiempo como producto del momento histórico en el que interactúan, así un producto natural, por ejemplo, puede convertirse en un elemento cultural si la sociedad encuentra cualquier forma de emplearlo para el logro de un propósito social. Por lo que se distingue el cambio y la adaptación como una característica inherente de la actividad cultural donde no hay elementos culturales en abstracto, sino que se mantienen en un proceso constante de renovación influenciado por diversos factores sociales.

El concepto de cultura se emplea frecuentemente en el lenguaje común para designar a un conjunto más o menos limitado de conocimientos y habilidades que les permiten a ciertos individuos apreciar, entender y/o producir una clase particular de bienes que se agrupan principalmente en las llamadas bellas artes y en algunas otras actividades intelectuales.

El acceso a esa producción cultural reconocida exige un tipo particular de educación y requiere un conjunto de condiciones individuales y sociales que sólo se dan a partir de un grupo perteneciente a las clases sociales privilegiadas, con ac-

ceso a la educación y a ciertos niveles económicos que les permitan consumir y/o acceder a estos productos culturales. A partir de este hecho se establecería una distinción entre personas "cultas" y personas "incultas", o peor aún, pueblos "cultos" e "incultos".

Así entendida, la cultura no puede ser un patrimonio común ni tiene que ver con la vida cotidiana, con el quehacer que ocupa día tras día a las grandes mayorías de la población mundial. "Por lo general a esas manifestaciones particulares de la cultura se les llama "alta cultura" con lo cual se le atribuye un status superior, y aunque se reconoce implícitamente la existencia de otras culturas, éstas resultan, por lógica, "bajas culturas" (Bonfil Batalla, 1991,p.128).

Esta concepción elitista de la cultura, que es la más generalizada, implica la necesidad de pertenecer a las clases sociales privilegiadas para poder entender y/o producir elementos culturales de "calidad", que se adecuen a los juicios de las instituciones y grupos que legitiman a la cultura establecida o la "alta cultura", dejando de lado a todas las demás manifestaciones y expresiones culturales que interactúan en el mismo círculo social.

Esta vieja tradición elitista se ha difundido en todos los sectores sociales, bajo la idea de que la cultura es un fragmento limitado de la realidad social que contiene cierta clase de actividades, actitudes, gustos, y conocimientos en torno a la creación artística y a un campo limitado del quehacer intelectual. Lo que implica la jerarquización de las manifestaciones culturales dentro de un orden universal, beneficiando a ciertos sectores, pero al mismo tiempo, manteniendo a los otros marginados, estigmatizados entre los cuales se genera una relación de imposición cultural que obedece a los intereses de los sectores privilegiados de la sociedad.

La cultura como medio de imposición se ha develado en la historia humana

como un recurso central en los procesos de control y conquista que han emprendido los grupos dominantes en distintos momentos de la historia, implantando por la fuerza ideologías, costumbres religiosas, morales y cívicas sobre aquellos pueblos que se conquistan. Se puede decir que ha sido a partir del dominio y la imposición que los grupos dominantes han instaurado e impuesto prácticas culturales que han sentado las bases de las repúblicas y los sistemas políticos de las sociedades actuales.

1.2 Cultura e identidad

Desde el momento en que el ser humano se haya inserto en un sistema social determinado, es imposible evadir esta necesidad de hacer conciencia de su identidad. En toda sociedad, donde una clase social se adueña de los medios de producir la vida, también esa misma clase es la propietaria del modo de producir ideas, sentimientos e intuiciones del sentido del mundo. La cultura impuesta intenta imponer modelos acrílicos del entorno social, intentando desarrollar una cultura local que se muestre pasiva ante los mecanismos de dominación cultural, pero es evidente que la cultura impuesta influye en la conformación de una cultura propia mas no la delimita por su naturaleza evolutiva y regeneradora.

La cultura propia radica en el impulso de la iniciativa y de la creatividad en todos los órdenes de la cultura. Es la capacidad de respuesta autónoma ante la agresión, la dominación y ante la imposición que se traduce en la presencia de una cultura propia, independiente de la cultura impuesta.

En la creatividad cultural está la base de todo impulso civilizatorio, que será mayor entre más amplio y diversificado sea el repertorio de la cultura propia, puesto que habrá más opciones reales posibles que diversifiquen el panorama las prácticas culturales de un grupo social.

Dice Guillermo Bonfíl Batalla (1991):

“En una sociedad clasista las decisiones fundamentales están en poder de las clases dominantes; sin embargo, la sociedad en su conjunto tiene cultura propia porque cuenta con vías culturales propias para resolver los conflictos inherentes al antagonismo interno de clases” (p.55).

Al entender las diferencias culturales como un factor de desigualdad social, podemos analizar las diversas formas de expresiones culturales como un recurso de resistencia ideológica que obedece no solo a una cosmovisión distinta del entorno sino a una postura política divergente a la establecida.

Un pueblo colonizado posee una cultura diferente de la que posee la sociedad colonizadora. El proceso colonial la habrá mutilado, constreñido, modificado, pero no la habrá hecho desaparecer. La cultura autónoma que conserva representa la continuidad histórica de una cultura diferente, en torno a la cual se organiza un proyecto civilizatorio alternativo, un proyecto de resistencia que se transformará en proyecto de liberación. Los elementos culturales que disputa son los que le han sido impuestos o aquellos de los que necesita apropiarse para hacer viable su proyecto de resistencia o liberación.

En la conformación de una cultura propia se genera también la formación de una identidad que define al individuo dentro de un grupo social en específico, asignándole ciertos valores dentro del mismo grupo con un sentido simbólico, ya sean de carácter antagónicos o incluyentes.

La realización de cualquier análisis sobre la cultura, resulta considerablemente complejo cuando se tiene como centro estratégico la problemática de la identidad. Por identidad se pueden entender niveles de coincidencia y comunidad de elementos componentes de una estructura dada que, sin ser homogéneos en sentido absoluto, sí comprenden una unidad sistémica que reconoce e incluye las variaciones de ex-

presión que no niegan, sino que ratifican, la pertenencia al sistema referido (Bueno, 1996). Se puede así hablar de identidad como de cultura nacional, regional, local y comunitaria. De igual forma, podría hablarse de identidad o cultura política, socio-económica, religiosa, lingüística, etc., y en todos estos casos estaríamos refiriéndonos a una identidad en tanto otorga un sentido de pertenencia a un grupo social, así como un reconocimiento de aquello que lo distingue de los otros y del lugar que ocupa en el plano material y simbólico.

A estos procesos sociales de identidad resultaría imposible entenderlos sin considerar la significación medular que en ellos tiene la cultura como elemento articulador del mundo social y subjetivo. Aún con la aceptación del papel que tiene la identidad cultural en cualquier proceso de configuración de identidades sociales no simplifica el problema, por cuanto la cultura misma ha sido frecuentemente objeto de mitificaciones manipuladoras dirigidas a justificar o a desacreditar determinadas realidades humanas. Con todo, se requiere reconocer que la comunidad de códigos culturales articulados en la cosmovisión de un grupo humano, configura los modos de hacer y de pensar en todas las actividades que conforman su vida cotidiana. Sus valores, criterios y puntos de vista son codificados de acuerdo a esa visión del mundo y asumidos como parte consustancial de su vida, éstos funcionan no sólo como una vía para ser como es, sino para distinguirse a sí mismo de los demás, para crear lazos de solidaridad o de competencia y para darle un sentido a su vida.

La autoidentificación, es sin duda el resultado de la consolidación de los procesos anteriores, la "conciencia" de la identidad, aunque sea el resultado no de meditaciones y reflexiones teóricas, sino más bien, en la mayoría de los casos, una aceptación de la pertenencia individual al grupo y de la distinción de éste de los otros

grupos existentes. Es de esta forma, como conciencia de la "mismidad", como funciona la identidad en tanto es el resultado más genuino y colectivo de la existencia del grupo étnico o nación, su núcleo, su fuerza, su alma (De la Torre, 2008).

A pesar del predominante papel de lo espontáneo y lo vivencial en la identidad de cada grupo humano, resulta evidente el papel creciente que lo proyectado y lo meditado juegan en tales procesos. Muestra de ello lo es la significación de la creación intelectual, artística, literaria, filosófica, científica o política que logra insertarse en lo popular, en los códigos culturales tradicionales, y de esta forma llegar a asumirse como parte de la identidad de un determinado grupo humano. Es necesario el reconocer la interculturalidad de un mundo que se globaliza, pero de ninguna manera se limita a la unificación de una cultura única y verdadera, por lo que es clara la necesidad de búsqueda de alternativas a la globalización, buscando un intercambio en las culturas donde cada una de las expresiones de ellas pueda situarse en pie de igualdad con las demás.

Los códigos culturales son múltiples, pero resultan específicamente importantes aquellos que funcionan como medios de cohesión social como son: el lenguaje y las normas de convivencia y comportamiento social, las costumbres, la interacción familiar y grupal, así como el sistema de creencias. La no codificación de estos aspectos de la vida del grupo impediría no solo el establecimiento de la comunicación sino la estabilidad que le es indispensable ya que los códigos garantizan la capacidad de responder, con el automatismo necesario, a las alternativas que se presentan ante cada uno de los integrantes del grupo y por tanto la existencia misma de este último (Martínez, 2008). De los distintos códigos culturales que coexisten en una misma sociedad, tiene especial relevancia aquellos que se generan en los grupos de jóvenes, los cuales se constituyen en

ideologías alternativas que responden a un núcleo articulado de referentes materiales y simbólicos que se contraponen a los valores dominantes.

1.3 Contracultura o culturas alternativas.

El sistema de organización social y político de las sociedades modernas, ha generado una cultura hegemónica impulsada y promovida por el aparato de poder orientado a garantizar su posición privilegiada. Esta cultura, se asienta en mecanismos de control ideológico y económico que protege los intereses de la clase dominante, aun cuando se antepongan con las necesidades expresivas e ideológicas de los grupos sociales en los que se sustenta. La cultura establecida designa así al conjunto de conocimientos y valores literarios, artísticos, filosóficos y morales que constituyen la tradición cultural hegemónica y subyacen a las actividades que las perpetúan, pero al mismo tiempo convive con otras culturas o subculturas que establecen variantes a estas conductas y conocimientos. Unas, aunque son distintas no se contraponen a la cultura dominante y coexisten en distintos círculos y escalas con ella, mientras que otras nacen al margen de la cultura establecida como medio de protesta, instauran valores y actividades que se oponen a la concepción hegemónica y rompen con los esquemas establecidos culturalmente. Estos movimientos culturales de ruptura o de contracultura, vendrían a jugar el papel de contrapeso de la cultura establecida y se constituyen como su oposición natural para estimular el movimiento que da lugar a su evolución. Así, la contracultura aspira (y ese es el espíritu que la anima) a ser cultura, a reemplazar los viejos modos producir bienes estéticos por otros nuevos.

La contracultura, en este caso, es el medio expresivo por el cual grupos sociales deter-

minados se resisten a aceptar el status quo y protestan mediante la conformación de una cosmovisión que representa una identidad al margen de una cultura hegemónica.

En ese marco, por culturas alternativas o contracultura se entiende el conjunto de movimientos culturales mayoritariamente juveniles que se opusieron a las instituciones y a las estructuras de pensamiento dominante, generando una identidad al margen de los modelos aceptados socialmente que definían cómo los jóvenes se debían de comportar, vestir, hablar etc.. Estos movimientos culturales, que con el paso del tiempo han ido cambiando, estructuraron la identidad de las generaciones que lo vivieron y generaron ideologías que dieron lugar a expresiones literarias, musicales y gráficas que divulgaron su visión del mundo.

Estos grupos culturales subalternos no poseen una cultura diferente: participan de la cultura general de la sociedad de la que forman parte, pero lo hacen en un nivel distinto, ya que las sociedades estratificadas donde interactúan presentan desniveles culturales correspondientes a posiciones culturales jerarquizadas. Pero estas clases subalternas sí poseen cultura propia, en tanto mantienen y ejercen capacidad de decisión sobre un conjunto de elementos culturales. Es decir existe una cultura o, si se prefiere, una subcultura de grupo, como resultado histórico que expresa las condiciones concretas de vida de los miembros de ese grupo, sus luchas, sus proyectos, su historia y también su carácter subalterno. Esta subcultura es parte de la cultura de la sociedad en su conjunto; pero no es independiente o ajena, sino una alternativa posible para esa misma sociedad.

Analizar las culturas alternativas o contracultura, es hablar un poco sobre la historia de los movimientos culturales de los jóvenes contemporáneos puesto que estos movimientos fueron el eje de las nuevas manifestaciones culturales que dieron pauta a la creación de una nueva identidad

e ideología que respondía a sus necesidades expresivas e ideológicas alternativas. Esta búsqueda de una nueva identidad es el resultado de la insatisfacción que genera en los jóvenes las normas y valores socialmente aceptados, donde se les impone un estilo de vida que debe adecuarse a los modelos de conducta dominantes. La idea de una cultura generada por grupos de jóvenes que responda a sus intereses y les otorgue una identidad propia es el germen que alimenta la contracultura, pues se opone tanto las jerarquías establecidas desde la religión como aquellas definidas en la esfera política, de ahí que la disidencia como eje de conformación de la identidad, se aleja tanto del dogma conservador religioso como del político.

El analizar la lucha generacional como catalizador cultural es necesario, considerando su carácter rebelde y crítico, puesto que se trata de movimientos profundamente renovadores y es una de las fuentes más importantes de disensión radical e innovación. La mayor parte de lo que en cada época ha parecido como nuevo, provocativo o sugestivo en política, educación, artes, relaciones sociales, es creación de jóvenes o de quienes hablan para los jóvenes, puesto que la juventud es una etapa de cambio y de formación tanto ideológica como social, en la que surge como una necesidad el criticar y redefinir los patrones y expectativas impuestos sobre este sector. Aunque parece claro que las generaciones recientes han ido perdiendo el carácter crítico y disidente debido al sistema absorbente y globalizador de nuestras sociedades actuales, es todavía éste sector el que se ha visto más enérgico en contra de las políticas más conservadoras.

El término contracultura nace en Estados Unidos en los años cincuenta en el barrio de North Beach en San Francisco con la llamada *generación beat*¹, que fue un grupo de poetas y amigos que adoptaron un estilo de vida informal y libre en oposición a lo establecido. Desarrollaron una poesía de protesta en la que expresaron su descontento ante una sociedad tecnócrata industrializada en desarrollo, expresando la sensación de desolación y el horror generada en la época de posguerra. Generaron un estilo poético entre oral y místico influenciado en gran parte por los existencialistas y marcaron un parteaguas generacional que se opuso radicalmente al sistema. Los beatniks crearon una subcultura con rasgos e ideología propia, que después se le dio seguimiento en la década de los sesentas en el barrio de Haigh Ashbury con el movimiento hippie y la cultura psicodélica, que tuvo gran impacto en la sociedad norteamericana primero, y después en el resto del mundo. Más tarde, el término contracultura o cultura subterránea, fué utilizado por algunos autores para referirse a los movimientos culturales juveniles que les precedieron como los rebeldes sin causa a principios de los años cincuenta, los existencialistas, o los pachucos en los años 30, y a los grupos que se generaron y popularizaron después del movimiento hippie como los punks, los hip-hoperos, los skates, los darks, los metaleros, entre otros.

La contracultura se enfrenta a una cultura academizada caduca, descontextualizada con su entorno social y que hace evidente su descontento con manifestaciones artísticas y culturales que encuentran su medio

¹ El término generación beat (en inglés *Beat Generation*) se refiere a un grupo de escritores estadounidenses de la década de los cincuenta, así como al fenómeno cultural sobre el cual escribieron. Algunos elementos definitorios son el rechazo a los valores estadounidenses clásicos, el uso de drogas, una gran libertad sexual y el estudio de la filosofía oriental.

Sus principales obras literarias son *Howl* de Allen Ginsberg (1956), *En el camino* de Jack Kerouac (1957) y *Almuerzo desnudo* de William S. Burroughs (1959)

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Generación_beat



Los pachucos son considerados antecedente de la contracultura en los años cuarenta. en la imagen Tin Tan. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 171, Grijalbo, México.



Portada de La náusea (La nausée, 1938) de Jean-Paul Sartre que fue icono del movimiento existencialista después de la segunda guerra mundial. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 174, Grijalbo, México.



William Burroughs forja un porro en París. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 178, Grijalbo, México.



Jack Kerouac y Neal Cassady, figuras estelares del movimiento beatnik. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 177, Grijalbo, México.



Protesta contra la guerra de Vietnam, 1967. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 194, Grijalbo, México.



Festival de Woodstock en Nueva York 1969. Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 199, Grijalbo, México.



Los Merry Pranksters, grupo liderado por Ken Kesey en el autobús *Further* en el que viajaron por Estados Unidos repartiendo LSD a todo aquel que quisiera ser parte del "acid test" (prueba de ácido). Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 191, Grijalbo, México.



Fiesta de Halloween psicodélica auspiciada por Ken Kesey y los Merry Pranksters en the Warehouse San Francisco el 31 de Octubre de 1966. Donde se consumieron altas cantidades de LSD aunque el estado de California prohibiera la sustancia el 7 de Octubre del mismo año. <http://www.britanica.com/psychedelic/images/opsyroc099p1.jpg>



Jóven punk en la Ciudad de México (foto: Fabrizio Leon). Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. p. 224, Grijalbo, México.

en los espacios populares, en la vestimenta, en el lenguaje, en la música y que refleja la pluralidad y la multiculturalidad de las sociedades modernas. Contracultura es lo que emerge del mundo de los jóvenes, una cultura radicalmente desafiliada de los principios y valores de la sociedad, ajena a lo oficialista, a lo moralmente correcto, que por su carácter disidente es marginal y que hace de su marginalidad un valor y una identidad.

Todos estos movimientos juveniles se caracterizaron por adoptar elementos de rebeldía en la conformación de su identidad y por mantener una postura disidente y de ruptura ante las ideologías conservadoras en el ámbito moral y político. El lenguaje informal, la vestimenta escandalosa, el uso de estupefacientes y la música disonante fueron parte de las características que estos grupos adoptaron como medio de expresión para mostrar su inconformidad de los estilos de vida aceptados socialmente. Por lo que se pueden estudiar como movimientos culturales donde el elemento unificador es el sentido de crítica social y rebelde.

Los movimientos contraculturales son fenómenos culturales que obedecen a una necesidad social de expresión y autosignificación ante una cultura impuesta donde el grupo social no toma las decisiones ni elige los elementos culturales puestos en juego. Como hemos visto anteriormente la jerarquización entre las diferentes culturas de una sociedad se marca en gran medida por las relaciones de poder entre las clases sociales, por lo que es lógico que los movimientos contraculturales surjan y se signifiquen en mayor medida en los sectores populares de dichas sociedades. Por lo que podemos ver en la conformación de todos estos movimientos, está presente una lucha de sectores populares principalmente urbanos, que se rebelan ante los valores definidos por los sectores minoritarios que son los poderosos.

En este contexto, podríamos definir a los movimientos contraculturales como movimientos populares mientras no se conceptualice a la cultura popular a partir de ciertos contenidos específicos o de la presencia o ausencia de determinados rasgos, sino en identificar como cultura popular a la que portan sectores o grupos sociales definidos como populares, aun cuando las características culturales de tales grupos puedan variar y contrastar en un espectro muy amplio dentro de la sociedad en su conjunto. Es decir, la condición de popular es ajena a la cultura dominante y se deriva de la condición de popular que caracteriza a la comunidad o el sector social referido. Si la cultura popular no se define por sus contenidos particulares sino por ser la cultura de ciertos sectores, en este caso los sectores populares, y si estos sectores se definen a su vez por su relación con otros sectores de la sociedad (los sectores no populares), entonces en la naturaleza de esta relación estamos haciendo residir la condición definitoria de popular (Bonfíl Batalla, 1991).

Es importante también, diferenciar la palabra popular del término anglosajón folk, o folclore, que quiere decir lo popular atávico. Lo rural. Lo que es fruto del pueblo como clase social determinada pero que obedece más a su contexto histórico y a las tradiciones específicas del grupo regional.

Dentro de esta relación de lo popular y lo dominante hablamos de una relación de dominación y su subordinación. Los sectores populares son todos los sectores subordinados y se distinguen de todos los sectores dominantes que pertenecen a una clase social minoritaria que explota económicamente a otras en un sistema de control mantenido por los sectores más poderosos. Pero la dominación trasciende a otras relaciones además de las de producción incluyendo las ideológicas y las culturales, por lo que los movimientos contraculturales resultan ser, bajo este contexto,

culturas subordinadas que se rebelan ante su contexto, por lo que es importante entender a estas subculturas como una forma de expresión de los desniveles culturales en el interior de una sociedad estratificada.

Esta relación de dominación/subordinación que afecta a todas las subculturas ajenas a la cultura establecida, se traduce en un acceso diferenciado de los bienes de una cultura que es el espacio común de los dominadores y los subalternos. En esta relación jerárquica se estigmatiza y se limita al desarrollo de todas las culturas provenientes de los sectores populares, puesto que no se les reconoce por sus cualidades artísticas, ideológicas o comunitarias, sino se les estigmatiza como formas de expresión inferiores o negativas en un contexto social. Por lo que se hace evidente como el carácter radical e irreverente de los movimientos contraculturales es esencial para comunicar una inconformidad explícita del dominio ideológico cultural del entorno social.

1.4 Cultura y neoliberalismo

En la actualidad los grandes avances tecnológicos, así como la aceleración económica y la gran rapidez en la transmisión en los medios de comunicación han logrado derribar en gran parte las barreras culturales para dar paso a grandes mercados logrando la expansión de grandes consorcios y una aceleración entre el intercambio comercial entre diferentes naciones. Ello ha propiciado la desmedida comercialización del ámbito cultural que en gran medida tiende a socavar los valores culturales puesto que deja en primer plano su valor de cambio y no su contenido. Dentro de este fenómeno de intercomunicación mundial, gran cantidad de personas consumen cotidianamente productos como música, ropa, productos impresos, accesorios y demás productos con un supuesto valor cultural, pero que en realidad

obedecen a los patrones impuestos por los grandes mercados de los países globalizadores, quienes han instaurado una cultura consumista que desvincula a los individuos con su entorno y promueve un fetichismo banal alimentado por valores impuestos y promovidos por los medios masivos de comunicación. Bajo esta perspectiva vemos que la globalización afecta de una manera diferencial a las culturas locales, pues los mecanismos ideológicos y de conducta que ésta genera ofrece márgenes estrechos de diversidad y amplios de influencia, generando una cultura dominante que promueve un estilo de vida tecnócrata y modernizado que da lugar a sincretismos que en ocasiones tienden a borrar la cultura local o en la menor escala se crean amalgamas que dan lugar a un producto cultural nuevo.

El proyecto neoliberal globalizado, que estudiaremos más a fondo en el capítulo II, es un proyecto que en el que no tiene cabida el pluralismo ni la diferencia; por el contrario, implica necesariamente la uniformidad cultural. Se trata de una propuesta que concibe la cultura como algo que no se genera en la cotidianidad del entorno social, sino como algo que fue creado o está siendo creado al margen de la realidad cultural concreta de las mayorías. Generando un sistema que delimita un proyecto cultural elitista que lo conduce inexorablemente solo a un conjunto de productos susceptibles de integrarse a la oferta para el consumo masificado.

En este panorama parece ajena una concepción humanista que entiende a la cultura como un ejercicio permanente de creación, reacción e innovación de la herencia cultural que cada pueblo recibe, acorde con su plano general de vida en donde el ser humano es portador y creador de cultura, no mero consumidor pasivo de bienes culturales externos.

El proceso por el cual un individuo se ve compulsivamente inmerso en un estilo

de vida ajeno a su entorno y su historia es la deshumanización y desvalorización de la cultura, pues ésta sólo beneficia a grupos supranacionales y empresariales que actúan con vistas exclusivas a sus intereses de lucro y de poder. En este proceso, tanto el individuo como la actividad que realiza adquieren su valor únicamente por el hecho del consumo en sí o del objeto por sí mismo, dejando sin importancia el aporte intelectual, artístico o social que éste genere. Por lo que podríamos establecer que la globalización como producto del sistema económico neoliberal deshumaniza y descontextualiza las actividades humanas por su interés meramente lucrativo y por su desdén a cualquier actividad que no pueda ser masivamente comercializable y manipulable. En este contexto, la contracultura como movimiento social se desarrolla como un mecanismo de crítica y renovación de los modelos de cultura establecidos, lo que hace que represente un medio de evolución cultural y social que refleja las inquietudes, virtudes y carencias del entorno en el que se rodea. Así, el carácter de estos movimientos con sus diversas y multiformes ramificaciones se transmite como un grito expresivo del momento político-cultural y del momento histórico en el que se establecen.

La desigualdad social, la represión y la marginación, son catalizadores contraculturales constantes, pues la mayor parte de estos movimientos culturales se han generado en las clases media y baja que han expresado su inconformidad y definido su identidad en la constitución de su vestimenta, lenguaje, costumbres y manifestaciones artísticas, donde comunican su visión del entorno siempre con un matiz disidente. Incluir la protesta y sus diversas expresiones como una forma de responder ante el agravio político que significa el autoritarismo y las acciones fraudulentas o corruptas, permite a los grupos oprimidos crear mecanismos de resistencia que capaces de transformar esta realidad.

La carencia de expectativas y satisfactores generacionales como medio de reencontrar alternativas fértiles y producir medios expresivos que expongan las inquietudes e inconformidad en los sectores que son actores activos de estas problemáticas, es una forma de atender la evolución y la redefinición cultural con un enfoque humanista y congruente que atiende a las necesidades reales de los sectores involucrados. Y es en esas legiones de autodidactas donde se cultivan estéticas no depuradas, donde se producen obras que dejan fragmentos de discursos que al ser separados del tronco adquieren matices divergentes, significados ambiguos que se redefinen en un entorno que busca alternativas a la globalización, a la homogeneidad, buscando un intercambio en las culturas donde cada una de las expresiones de ellas pueda situarse en pie de igualdad con las demás, mantener viva una cultura que haga efectiva una identidad distinta al recurso poderoso de la agresión cultural, y en ello, nuevamente, resurge la significación de la cultura popular como arsenal de recursos para poder seguir siendo humanista y auténtica.

1.5 Contracultura y jóvenes.

Como hemos visto, estos fenómenos culturales que surgen en las clases medias y bajas de las sociedades industrializadas se expandieron hacia otras culturas, redefiniéndose y adecuándose a las necesidades expresivas de los jóvenes, mayoritariamente de sectores populares en áreas urbanas. En la medida en que la globalización económica ejerce un efecto similar en los sectores populares de la población global, los jóvenes buscan redefinir su identidad y sus formas de expresión ante las pocas opciones de diversidad cultural. En este sentido las características de los grupos culturales juveniles se redefinen de acuerdo al contexto histórico y social.

Como lo postula García Canclini (2004) en el texto "Culturas juveniles en una época sin respuestas", plantearse la pregunta del significado de ser joven, no sólo es una pregunta generacional, sino una pregunta social, no sólo por las características de una edad o un periodo de vida que importa sólo a los que la viven. Sino una pregunta que refleja a la sociedad en sí misma y que implica la construcción de su futuro. La averiguación de lo que significa ser joven es también una pregunta que se significa con el momento histórico, donde a finales del siglo XX, encontramos una sociedad con poco lugar para las nuevas expresiones de los jóvenes y por lo mismo con una baja capacidad de rejuvenecerse, que pretende homogenizar los valores que mantienen un sistema de control social.

El actual desinterés de los jóvenes por la historia, la comunidad y las utopías, centrándose más en el instante y el individualismo, obedece a nuevas generaciones donde se les propone globalizarse sólo como trabajadores y consumidores. Como trabajadores, se les ofrece integrarse a un mercado laboral con calificación técnica más exigente, con poca protección a los derechos laborales y de salud, y donde deben buscar más educación para finalmente hallar menos oportunidades. Más que a ser trabajadores satisfechos y seguros, se convoca a los jóvenes a ser subcontratados, empleados temporales buscadores de oportunidades eventuales. Esta situación se acentúa en los países subdesarrollados, donde la condición de subordinación económica, debido al endeudamiento, enfatiza los problemas de carácter social como el desempleo.

En el consumo, las promesas de satisfacción a menudo son incumplibles al mismo tiempo que la industria del entretenimiento carece de calidad y se empobrece. Para el neoliberalismo, la exclusión es un componente de la modernización encargada al mercado.

Esto nos muestra, dice García Canclini (2004), cómo a diferencia del liberalismo clásico, que postulaba la modernización para todos, la propuesta neoliberal nos lleva a una modernización selectiva que pasa de la interacción de las sociedades al sometimiento de la población a las élites transnacionales.

La pérdida de proyectos nacionales se manifiesta también en las migraciones, donde gran cantidad de jóvenes se despiden de sus países por la pérdida de empleos, el descenso de la calidad de vida, y la falta de opciones para salir de esta decadencia económica y social. Sin embargo, a pesar que la situación económica mundial no les favorecen, las oportunidades que brinda la expansión, diversificación y masificación del consumo, así como el despliegue de la libertad individual, contribuye a una visión optimista y conformista de su futuro.

La cultura juvenil lleva las consecuencias del contexto social, donde el vertiginoso avance de los procesos de globalización y el protagonismo de una sociedad de consumo, promueve valores e intereses centrados en los beneficios y comodidades de las innovaciones tecnológicas. Por esto los jóvenes representan el grupo con mayor consumo cultural, en especial el televisivo, donde a través de un mundo audiovisual se incorporan sin temor al mundo globalizado, que para muchos jóvenes representa más que una amenaza, un mundo de beneficios e innovaciones constantes.

Comúnmente se habla de los jóvenes como si fuera un grupo homogéneo. Sin embargo, la juventud vive una realidad diferenciada según el nivel comunicacional y económico, su ocupación y ciclo de vida, el contexto demográfico y geográfico, por tanto, ser joven tiene significaciones muy distintas.

En la actualidad los medios audiovisuales representan una instancia de socialización tan relevante como los padres o la escuela.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación influyen de una manera crucial en los estilos de vida, las visiones del mundo y la imagen del entorno que se crean los jóvenes y condicionan las formas de vivenciar y verbalizar su vida cotidiana. Los adolescentes aprenden a través de los medios electrónicos tanto las herramientas de la modernización como la retórica de los sentimientos. Su socialización proviene menos de las continuidades del orden social que de los cambios sociales. Y los actuales cambios de la sociedad hacen olvidar sus raíces históricas de identidad.

El desplazamiento de las figuras sociales por los medios genera un déficit de socialización cultural. Si la cultura se desarrolla en la interacción de instituciones y experiencias, las experiencias concretas de los jóvenes tienden más a ser tribales y guardar una referencia débil de las instituciones existentes, que a su vez funcionan al margen de la experiencia juvenil habitual.

Una característica sobresaliente de la sociedad moderna es la diferenciación, de acuerdo con la naturaleza de individualización de los individuos, la conducta de los jóvenes parece impulsar una mayor diversidad de la sociedad, tanto más jóvenes más aprecian la diversidad de interés como algo positivo al desarrollo del país. En cambio, mientras más edad tienen mayor relevancia le atribuyen a los intereses comunes.

Esta es la situación macrosocial de la cual partimos para estudiar el contexto de los jóvenes, donde la acumulación de desencantos actuales no solo genera escepticismo, sino que deja un panorama fragmentado, desarticulado y sin continuidad histórica, que es evidente en las comunidades culturales juveniles.

El desarrollo de las expresiones contraculturales constituye un punto claro de resistencia a los modelos impuestos. Al valorar la dimensión comunitaria de estos grupos, se implanta con fuerza el concepto de solidaridad y la cohesión grupal, se

hace visible un sentido político de acciones que aunque no todas persiguen la satisfacción literal de demandas ni créditos ideológicos, reivindican el sentido de ciertos modos de vida, que propician la crítica, la reinención y las actividades artísticas. Es cierto que estos actos, aunque se apropian de los silencios y contradicciones del orden hegemónico, no postulan una forma clara de reconfiguración general de la política. Pero no podemos esperar que los grupos culturales de jóvenes u otro grupo, puedan gestionar responsablemente el tiempo social si las únicas políticas que se ofrecen siguen achicando el futuro y vuelven redundante el pasado.

La cultura juvenil alternativa es parte de la cultura social, adoptando una concepción antropológica de la cultura, su desarrollo enfoca los impulsos que aportan los modos de expresión de la juventud en la convivencia social. Y aborda los factores que condicionan las experiencias e imágenes que tienen los jóvenes de la sociedad.

Los jóvenes como fuerza de innovación social, tiene menos aversión al riesgo y son más emprendedores, por lo que son el motor dinámico del desarrollo en la medida en que disponen de mayores capacidades para hacerse sujetos del proceso. Pero en la actualidad vemos como se ha perdido el carácter contestatario de los jóvenes que los caracterizó en las décadas del sesenta y setenta. En las generaciones recientes ellos rechazan la pobreza, las desigualdades existentes y se muestran inconformes ante los mecanismos de las sociedades actuales, pero reducen su participación en movimientos de carácter rebelde o contracultural.

En este contexto es importante entender el graffiti moderno como un movimiento ligado a su contexto histórico, donde la migración, la marginación y la represión característica de las sociedades industrializadas, delimitó las características esenciales de un

movimiento que creció y se arraigó por todo el mundo. En el siguiente capítulo realizaremos un recorrido por los acontecimientos históricos que contextualizaron el nacimiento del graffiti hip-hop, así como su impacto y manejo por los medios masivos de comunicación.

CAPÍTULO II

EL GRAFFITI HIP-HOP COMO ELEMENTO DE LA CULTURA GLOBAL URBANA.

2.1 Antecedentes Históricos.

Como graffiti en la actualidad, se considera a cualquier inscripción, pinta o intervención visual deliberada en un espacio público obedeciendo meramente a una necesidad expresiva o artística, pero esta actividad en su sentido esencial tiene sus orígenes en la humanidad misma. El ser humano es expresivo y social por naturaleza, por lo que esta práctica ha formado parte de la historia de las sociedades humanas con diversas características e implicaciones. El graffiti término que proviene del italiano "sgraffio", o rasguño, ha existido desde el principio de la historia del hombre y las sociedades, se trata de una expresión visual que evoca una actividad muy primitiva. Las pinturas rupestres son el antecedente histórico más antiguo de inscripciones, pinturas y grabados sobre un espacio común. Pinturas como las de Lascaux en Francia, cuentan con grabados sobre las paredes con huesos, piedras e incluso con planillas o bloqueos, que los hombres realizaban soplando polvo de color en sus manos mediante huesos huecos. En Grecia se han encontrado vestigios en arcilla de textos grabados, y en las excavaciones de Pompeya se revelaron una gran cantidad de inscripciones sobre los muros, que incluían eslóganes electorales, dibujos y todo tipo de obscenidades. Desde entonces, el humano ha impreso su rastro en las paredes como registro y forma expresiva de su interacción con el medio. En esta actividad se conserva el gesto primitivo de

marcar su espacio y se fusionan dos actividades emparentadas y distintas la vez: la escritura y la pintura.

Debido a su carácter informal, casual y espontáneo el graffiti se ha caracterizado a través del tiempo como una forma de expresión popular que toma los espacios públicos como medio para comunicarse con la gente del entorno. Debido al alcance de éste medio, la práctica de hacer pintas informales en las calles ha sido utilizada a lo largo de la historia por grupos alineados con los gobiernos locales y diversos movimientos políticos y sociales para difundir propaganda. Pero más comúnmente se le vincula con movimientos de tipo contestatario, que recurren a la toma de muros como medio de protesta social y como forma de reivindicar su lucha con un carácter popular y de resistencia.

Ejemplo de esto fueron los nazis que durante la segunda guerra mundial utilizaron las pintas en las paredes como parte de su propaganda de odio para señalar y atacar a judíos y disidentes. Sin embargo las pintas públicas también fueron un instrumento importante de los movimientos de resistencia durante la Alemania nazi, como en el grupo de estudiantes alemanes La Rosa Blanca, que a partir de 1942 manifestó su rechazo a Hitler y a su régimen a través de panfletos y pintas, hasta que sus miembros fueron detenidos en 1943 (Gnaz, 2004).

Otro movimiento social ligado estrechamente a las pintas callejeras fueron las

revueltas estudiantiles de las décadas de los sesentas y los setentas, en la que los manifestantes utilizaron en gran medida las pintas y la colocación de carteles en las vías públicas para difundir su ideología. En el movimiento estudiantil de mayo de 1968 en Francia, la protesta estuvo acompañada del uso intensivo del graffiti, como medio propagandístico de fácil acceso, efectivo y económico. Las paredes de París se cubrieron de mensajes, muchos caracterizados por su fuerza poética y expresiva, que asociados con la protesta y con el pensamiento contestatario adquirieron especial relevancia como expresión de un evento histórico y social. Los estudiantes franceses recurrieron con frecuencia a la técnica del pochoir, que es el término francés utilizado para designar la pinta en base a una planilla, precursora de lo que en la actualidad denominamos stencil (Gnaz, 2004).

Las décadas de los sesenta y setenta se caracterizaron por ser una época de ebullición social y cultural donde los jóvenes y las minorías raciales tomaron un papel primordial en los movimientos de resistencia política y cultural que se opondrían a las políticas económicas bélicas y opresoras que se empezaban a generalizar en el mundo y que devendrían en lo que hoy conocemos cómo neoliberalismo y globalización económica. Dentro de éste ambiente de inconformidad social de los sectores más marginados nacerían las bases de los movimientos culturales alternativos o contraculturales que marcarían la actividad cultural de los jóvenes de las siguientes décadas revolucionando los modelos establecidos de conducta, moda y arte. Así, el nacimiento de la cultura psicodélica, el punk y el hip-hop entre otras, hunde sus raíces en la gran gama de expresiones artísticas, ideológicas y culturales desarrolladas en las décadas de los sesenta y setenta que impactaran de manera significativa a los jóvenes de las nuevas generaciones, al grado que en la

actualidad todavía forman parte central de las culturas juveniles, principalmente en los sectores urbanos.

Como parte de este contexto también nace el graffiti moderno o hip-hop, heredero de la subcultura de pandillas como los Savage Skulls, La Familia y Savage Nomads que utilizaban graffiti para marcar territorio. Pero que evoluciona como un movimiento juvenil urbano independiente, al principio practicado casi exclusivamente por los sectores afroamericanos y latinos en Estados Unidos, ligado en su mayor parte a la cultura hip-hop, pero que después se extendería por todo el mundo en una gran gama de estilos y ligado a cualquier música o tendencia asociada con los espacios urbanos.

Por esto me parece importante el analizar el contexto social y político de la comunidad afro americana de EU en esta época, para poder hacer un análisis global de las condiciones del círculo social en las que nace el graffiti moderno, el momento histórico en el que surge y su impacto como cultura alternativa o contracultura en diversos grupos y en el diseño y el arte mundial.

Como lo vimos anteriormente el graffiti moderno o graffiti hip-hop nace en el norte de los Estados Unidos en los sectores urbanos afroamericanos, principalmente en Philadelphia y Nueva York, en donde jóvenes afroamericanos empezaron a pintar sus apodos por todos lados, primero en vagones del metro y después muros que les fuera posible, desencadenando un movimiento juvenil que paulatinamente influenció a la mayoría de los jóvenes de los suburbios de las ciudades estadounidenses y del resto del mundo. Esta actividad nos remite una búsqueda de reconocimiento social y de reivindicación del "yo" dentro de un círculo social en específico, pero que de trasfondo tiene una serie implicaciones que obedecen a las características políticas, culturales y económicas en la que se desarrollaron los jóvenes pertenecientes

a sectores marginales en una sociedad hostil que les ofrece muy pocas opciones de desarrollo y espacios para ampliar sus necesidades expresivas con reconocimiento y opciones de superación, acompañado de un momento histórico con cambios culturales importantes en especial para los jóvenes y las minorías raciales.

Para poder tener un panorama más amplio del entorno donde nace el graffiti moderno, y su evolución a través de las décadas, revisaremos primero las características generales de la comunidad afroamericana en las décadas de los sesenta y setenta. Después analizaremos el crecimiento y mediatización del graffiti hip-hop como un fenómeno mundial en las décadas de los ochenta y noventa, para revisar los nuevos planteamientos estéticos y técnicos que se plantearon en la primera década del dos mil.

2.1.2 Décadas del 50 al 70: Movimiento por los derechos civiles y contexto político en la comunidad afroamericana de EU.

La comunidad afroamericana es producto de una de las más viejas y peores realidades de la historia humana: la esclavitud, y el núcleo mayor de tráfico de esclavos de los tiempos modernos estuvo en colonias inglesas de América del Norte, hacia donde se había dirigido parte importante de negros africanos, y donde los cultivos de algodón y de tabaco fueron el campo de trabajo más importante de los esclavos, junto con las tareas domésticas de las mujeres. Su número había crecido en forma espectacular, pues si a principios del siglo XVII eran unos cuantos miles, cien años después los esclavos alcanzaban el millón.²

La abolición decretada por el presidente Lincoln en 1862 fue el final legal de la esclavitud, pero no el de la discriminación

real, especialmente en los estados del sur. La gran mayoría de la población negra permaneció en los estratos más pobres de la sociedad. Tenía acceso muy escaso a la institución y apenas podía ejercer con normalidad sus derechos civiles más elementales. Entre 1940 y 1950 cerca de 1 millón de afroamericanos se enlistaron en el ejército estadounidense, y en esta década también incursionan por vez primera jugadores de color en las ligas profesionales de basketball, football americano y baseball en las que antiguamente participaban únicamente jugadores blancos que rápidamente se vieron desplazados por jugadores negros debido a sus aptitudes para estos deportes.³

Pero la situación de segregación social prevaleció por muchos años, generando y promoviendo tanto ideologías racistas y segregacionistas por parte de la población caucásica, como de resentimiento y resistencia por parte de la población afroamericana, caracterizado por un ambiente de linchamiento e intolerancia, donde los asesinatos de afroamericanos y otros crímenes raciales eran constantes tanto por parte de grupos racistas como por parte de los cuerpos del estado.

Ejemplo de esto es el asesinato de Emmett Till, un adolescente de Chicago que fue golpeado por dos secuestradores blancos antes de dispararle y arrojar su cuerpo al río Tallahatchie en Mississippi durante el verano de 1955, por supuestamente chiflarle a una mujer blanca en una tienda. Fue uno de tantos crímenes raciales impunes durante la década del cincuenta en el que el estado encubrió y absolvió a los culpables, pero que tuvo mucha trascendencia debido a una foto del cadáver del joven que se publicó en la revista Jet, lo que provocó gran indignación en la comunidad afroamericana.

Pero el acontecimiento que más marco la conformación de un movimiento a nivel nacional ocurrió el 1 de diciembre de 1955, cuando una costurera negra, Rosa

² Gomis Joan (2001) *Martín Luther King un sueño de igualdad*: Los libros de la Catarata, Madrid

³ Verney Kevern (2003) *African American and US Popular Culture*: Routledge Taylor & Francis, Estados Unidos.



Emmett Till.
http://www.kirkwood.k12.mo.us/parent_student/KHS/arenske/till.jpg



Rosa Parks.
http://1.bp.blogspot.com/_rFsdqS2Rwc/SXtXlLs-bBI/AAAAAAAAABA/I2_Dod4C8YE/s400/Rosa-parks_bus.jpg

Parks fue invitada a levantarse de los primeros bancos del autobús reservados a negros para ceder el sitio a blancos que habían subido. La costurera estaba cansada, se negó y fue arrestada y condenada por violar la ordenanza municipal de segregación.

Ello generó reacciones por parte de diversos grupos de afroamericanos que decidieron convertir el caso Parks en la bandera de un movimiento antisegregacionista. En Montgomery se decidió organizar un boicot a los autobuses, y se fundó una asociación donde el pastor Martin Luther King fue nombrado presidente. Como lo narra * en su libro "Martin Luther King, Un sueño de igualdad", este hecho es considerado el principio del Movimiento por los Derechos Civiles en Estados Unidos, el cual se basaba en una lucha principalmente pacífica, para garantizar el acceso pleno a los derechos civiles y la igualdad ante la ley a las minorías raciales, principalmente a los afroamericanos, y así terminar la discriminación y terminar con la segregación racial en Norteamérica.

El boicot a los autobuses de Montgo – mery fue un largo combate que despertó la participación de una gran mayoría de la comunidad afroamericana estadounidense

formando un movimiento cívico importante liderado por Martín Luther King, que atrajo la atención internacional. El grupo de King se basaba en una estrategia de acciones no-violentas, que obedecían al carácter de predicador de King, lo cual sirvió para basar su base de apoyo en la población negra del sur, principalmente cristiana, la cual conocía bien y le resultaba fácil comunicarse.

Pero por otra parte aparecieron sectores negros contrarios a la postura de no violencia, que la denunciaban como descontextualizada e inútil. Este grupo de postura más radical estaba asociado a los Musulmanes Negros que incorporaban a la religión Islámica y cuyo líder era Malcom X que se definía como "uno de los 22 millones de negros, víctimas del americanismo. Uno de los 22 millones de negros que son víctimas de una democracia que no es más que una hipocresía disfrazada".⁴

Malcom fue tremendamente crítico y mordaz con la campaña por la integración. La Nación del Islam rehusó participar en el movimiento por los derechos civiles.

Tanto Malcom X como Luther King fueron líderes que representaban distintas ideologías, pero que buscaban un cambio radical a la situación de la comunidad afroamericana. Pero la prensa puso en

⁴ X Malcom (2004) *Malcom X, Vida y voz de un hombre negro: Autobiografía y selección de discursos*, Txalaparta México

una esquina a Martin Luther King, y en otra a Malcom X. A la postre por caminos muy distintos, ambos serían asesinados por pistoleros a sueldo del FBI. Para los Estados Unidos el cristiano representaba la renovación y adecuación de las leyes federales, mientras el islámico encarnaba la revolución.

El fin de la Segunda Guerra Mundial llevaría consigo la aparición de una pléyade de organizaciones y colectivos, políticos, cívicos, sindicales y confesionales, que perseguían la igualdad racial. El presidente Truman creó, por primera vez, una comisión oficial interracial, destinada a examinar los casos de segregación fundados en el color de la piel que si bien modificaron las leyes cambiaron poco los valores de la población supremacista blanca.

Sobre todo en los estados del sur, la violencia blanca, con total impunidad era el único argumento a favor de la supremacía racial. A través del Ku Klux Klan, de la misma policía o de los Consejeros de Ciudadanos Blancos, la población negra seguía siendo atacada, las muertes de los defensores de la igualdad racial se produjeron con una facilidad pasmosa. Grandes masas de americanos medios asistían complacidos a los linchamientos en defensa de su papel ario. La polarización entre la población estadounidense hizo que el Ku Klux Klan reapareciera de manera extremadamente violenta, reproduciendo sus esquemas a lo largo las décadas de los 50 y 60. La sentencia del Tribunal Supremo en 1954 que refirmaba que la segregación racial en las escuelas públicas era anti-constitucional, fue la excusa para que la mayor parte de la población blanca del sur arremetiera contra de los ciudadanos negros, donde incluso cien miembros de la Cámara de Representantes invitaron a la población a desobedecer la sentencia, lo que provocó que amplios sectores de la guardia nacional se sumaran a las protestas impidiendo físicamente el acceso de niños negros a las escuelas.

En 1955 varios líderes negros fueron asesinados en Missisipi. El KKK actuaba con absoluta impunidad bajo cobertura policial y judicial, en el apogeo de las campañas de desobediencia civil.

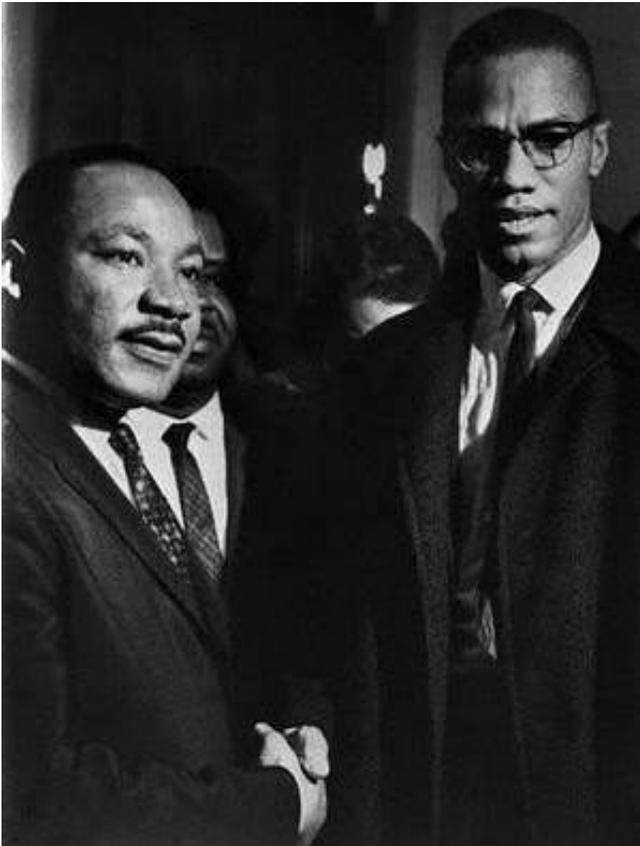
El desempleo entre la población negra había aumentado en los últimos cinco años en un 300%. Los asesores del presidente Eisenhower alertaban a éste de lo que en sus análisis se configuraba como una situación prerrevolucionaria. En los últimos años de los cincuenta dejarían constancia del enfrentamiento racial y clasista que se auguraba con intensidad creciente. Ante la gravedad de la situación Eisenhower apostó fuerte para que en 1957 fuese aprobada por la Cámara norteamericana una ley de derechos civiles . la primera en la historia de los EEUU. Sin embargo la innovadora ley era sumamente vaga e incompleta. Eisenhower pretendía con ella dividir el movimiento negro y ganar tiempo para las próximas elecciones presidenciales e incluso en la década de los sesentas la esperanza de vida para un negro continuaba diez años por debajo de la del blanco, lo que, a pesar de los nuevos horizontes abiertos, ponía en relieve las profundas diferencias.

Ghana va a ser la primera excolonia africana que entró a las Naciones Unidas, hecho que significó uno de los argumentos iniciales a favor de la igualdad racial en Estados Unidos⁵.

Mientras que entre 1957 y 1965, treinta y seis antiguas colonias africanas recibirían u independencia oficializada por la ONU. La propia toma de conciencia de las poblaciones negras, los límites de la democracia norteamericana, y la misma ofensiva del KKK y la policía a favor de la segregación racial hicieron de los años sesenta una época de revolución para los negros afroamericanos.⁶

Así, La década de los sesenta, entre brumas y esperanzas fue una señal generalizada de protesta anticapitalista. La mitad de África se independizaba de las metrópolis

^{5 y 6} Verney Kevern (2003) *African American and US Popular Culture: Routledge Taylor & Francis*, Estados Unidos.



Malcom X y Martn Luther King.
http://irisindc.files.wordpress.com/2009/02/malcomx_e_mking.jpg



Malcom X.
http://freedomarchives.files.wordpress.com/2009/01/malcolm_speaking.jpg



Marthin Luter King Jr.
<http://kellylowenstein.files.wordpress.com/2009/01/2008-04-dr-martin-luther-king-jr.jpg>



Martin Luther King y Malcolm X en espera de una conferencia de prensa. <http://spanish.monterrey.usconsulate.gov/uploads/images/42z5muXH-X11YypTKbNZHQ/malcomx.jpg>

europas, tanto al norte como en el sur del Sahara; Cuba respiraba sus primeros años post revolución y en las calles de Paris y el D.F. estudiantes y obreros se movilizaban contra sus gobiernos represores

Por 1964 King intenta organizar también sus acciones en el Norte, no solo sobre cuestiones de discriminación sino también sobre cuestiones de pobreza y de injusticia económica, que por supuesto no había olvidado anteriormente ya que estaba en el centro de la problemática.

El movimiento por la integración, liderado por Martin Luter King, tocaba su techo en la concentración del Memorial Lincoln en 1963. Las predicciones de Malcom X se cumplirían al poco de su muerte. En 1966, Hue Newton y Bobby Seal fundaron los

Black Panthers o Panteras Negras un hito importante dentro de la historia de Estados Unidos por el impacto que tuvo tanto en la comunidad afroamericana como en la opinión internacional.

Profundo en su entendimiento de lo problemas que enfrentaban los afro americanos, Malcom X era incapaz de proveer soluciones fáciles para ello. En los últimos meses de su vida, se enfocó en un proceso de la iluminación espiritual que no concluyó. Sin embargo todavía influenciado por un nacionalismo negro, parece que suavizó sus opiniones sobre la integración. En 1964 el se convirtió al islam ortodoxo y fue conmovido por el sentimiento de hermandad multirracial que experimentó en una procesión a la Mecca.

Al mismo tiempo mostró interés en el socialismo revolucionario y abogó por ver el movimiento de liberación racial en un contexto global, y creyó que los afroamericanos necesitaban identificarse más estrechamente con los movimientos de independencia de los países negros del tercer mundo.

Estas aspiraciones a menudo dividieron y debilitaron a los militantes más radicales, pero algunos grupos decidieron enfocarse en un nacionalismo cultural. Como lo cita Verney Kevern (2003) en el libro *African American and US Popular Culture*, En 1965 el poeta y escritor LeRoi James inició el Black Arts Repertory Theater School (BARTS) en Harlem. Y en 1966 organizó un festival de artistas afroamericanos en

Newark Nueva Jersey, que fue la razón inspiradora del Black Arts Movement que se centró en la apertura de cerca de 800 teatros y centros culturales para afroamericanos en todo EU.

Después Jones se traslada a California donde adopta el nombre Amiri Baraka y se une a la organización United Slaves o Esclavos Unidos fundada por Maulenga Ron Karenga donde recalcan la necesidad de una unidad racial y donde los seguidores de Karenga adoptaron cortes, peinados y atuendos africanos. Karenga utilizó una singular filosofía afro basada en los "Siete Principios de Kawaida" tomados de la tradición tribal y costumbres africanas. Karenga fue muy criticado por las Panteras que creían se desviaba del motivo central de la lucha



Activistas norteamericanos desnudados y esposados. Agosto 1970.
<http://fatherpaulwashinton.com>



Ron Karenga fundador de la organización Kwanza.
<http://www.examiner.com>.



Bobby Seal y Huey P. Newton
<http://negroartist.com>



Martin Luther King Jr. en Washington.
<http://manuelhernandeziglesias.files.wordpress.com/2008/12/martin-luther-king1.jpg>



Malcom X en NY.
http://www.filmreference.com/images/sjff_01_img0304.jpg



Poder Negro. <http://negroartist.com>



Mujeres integrantes de los Black Panthers en Oakland, 1968. <http://negroartist.com>



Black Panthers y Policías. <http://negroartist.com>



"Capitalismo mas droga, igual a genocidio". <http://negroartist.com>

ya que en 1966 las Panteras Negras vieron la revolución socialista como la solución para la problemática racial de la época.

Debido a su postura radical las Panteras Negras, se alejaron de diversos grupos y organizaciones, además de la expulsión de miembros blancos, pues buscaban que estas organizaciones fueran solo de negros. Esto provocó la división y enfrentamiento entre grupos que protestaban por la situación política social de las comunidades negras. Estos enfrentamientos ideológicos derivaron en enfrentamientos violentos entre seguidores de los Esclavos Unidos y activistas de las panteras negras en los ghettos Californianos, que mostró el nivel de desunión que se vivía al interior de estos movimientos.

A principios de los setentas la industria del cine y la televisión empezaron a responder al impacto del Black Power, creando el llamado género "Blaxplotation". Que en la mayoría de los casos eran producciones de bajo presupuesto, enfocadas al público afroamericano de las ciudades. Donde el personaje principal en la mayoría de los casos era un hombre negro que vive la vida al límite, vive diversas aventuras y siempre tiene tiempo para tener aventuras sexuales con mujeres bellas de diversas razas: Sus negocios y actividades a menudo lo sitúan en algún aspecto ilegal pero él vive con un código moral propio y tiene orgullo en sus orígenes raciales.

En 1965 protestantes pacifistas organizaron las primeras manifestaciones en contra de la guerra de Vietnam, las encuestas demostraban que la mayoría de la

población estaba en contra del conflicto armado. Las confrontaciones raciales se extendían fuera del sur de EU. Durante los veranos de 1964 a 1968 ocurrieron fuertes disturbios en zonas urbanas en unas 200 ciudades norteamericanas, mayoritariamente en el norte y la costa oeste.

La violencia se convirtió en parte de la vida política, seguido del asesinato de John F. Kennedy el 22 de Noviembre de 1963, el hermano del presidente Robert Kennedy fue asesinado en 1967 cuando se esperaba postular a la presidencia. La comunidad afroamericana también sufrió la pérdida de sus más importantes líderes. En Febrero de 1965 Malcom X fue asesinado en Harlem Nueva York y en Abril de 1968 Martin Luther King fue ultimado en Memphis Tennessee. Las investigaciones posteriores han desvelado la participación del FBI en ambos asesinatos⁷.

La situación Internacional animó al National Negro Congress a presentar en nombre del pueblo negro americano, una proposición a la ONU para que ésta se declarase partidaria de la desaparición de la discriminación política, económica y social en los Estados Unidos, pero los gobernantes estadounidenses vetaron la propuesta aduciendo que este era un problema interno. Entre noticias de linchamientos y crímenes raciales, los medios de comunicación redujeron la igualdad racial al folclorismo, por lo que toda referencia a la igualdad en los derechos era tachada de comunista, ya que el color negro y rojo se acercaban. Con intención de suavizar la situación el Estado norteamericano designó a un representante negro en la UNESCO, Charles Diggs pero en 1972 éste dimitió de la delegación como protesta por la política norteamericana en Africa.

2.1.3 Contexto cultural de la población afroamericana en las décadas del 50, 60 y 70.

El ambiente político y de marginación que vivía la sociedad estadounidense durante esta época generó una polarización en la sociedad que estuvo acompañado de cambios culturales importantes asociados al éxito comercial y popularización de figuras de afroamericanos y latinos principalmente en la música, el deporte y el entretenimiento. Como lo narra Kevern Verney en su libro *African American and US Popular Culture* (2003) la radio que fuera la forma de entretenimiento más popular, tuvo una radical transformación debido al auge de la televisión, que se apoderó del rating en todo el país. Lo que provocó que las grandes compañías de radio comenzaran a buscar audiencia en el público afroamericano que era el sector de la sociedad más pobre y al que más se le dificultaba acceder a una televisión. Puesto que por esa época cerca del 90% de la población de color en zonas urbanas y el 70% en distritos rurales sólo tenía acceso a la radio. Esto aunado a la continua migración de afroamericanos a los centros urbanos del norte y la costa oeste, provocó que muchas ciudades en EU tuvieran una gran cantidad de población de color viviendo en pequeñas áreas. Por ello en 1949 había ya cuatro estaciones de radio que cambiaron su formato para atraer al público de color, y para 1954 llegaron a 200 que, debido al éxito en rating, se volvieron en 400 para 1956.

Disc jockeys negros tocaban música de artistas de Rythim and Blues, que se volvieron muy comunes durante la década de los cincuenta. Estos DJ's enfatizaban su identidad afroamericana, discutían sobre problemas relacionados con la comunidad

⁷ En Diciembre de 1999 un tribunal de Memphis dictó una sentencia según la cual Martin Luther King no fue asesinado por un pistolero solitario sino que fue víctima de una conspiración en que Jowers y otros incluyendo a agencias gubernamentales planearon el asesinato. Jowers tenía 73 años en la fecha de la sentencia y estaba tan enfermo que no pudo testificar en el juicio. Según el abogado William Pepper participaron en la conjura que llevó al asesinato el gobierno, la CIA, el ejército y algunos órganos de prensa. Dijo que la oposición de Martin Luther King a la guerra en Vietnam determinó que decidieran eliminarlo. Gomis Joan (2001) *Martin Luther King un sueño de igualdad: Los libros de la Catarata, Madrid.*

negra y utilizaban un lenguaje coloquial urbano en el que algunos DJ's hablaban en rimas y utilizaban varios slangs utilizados en los ghettos que hacían que la información fuera incomprensible para la mayoría de los blancos, práctica que tiene sus orígenes en los patrones de lenguaje de los esclavos africanos, y que después evolucionaría al MC o maestro de ceremonias de la música rap.

Pero pocos artistas y personalidades del entretenimiento blancos y de color, hablaron abiertamente del movimiento del movimiento de Derechos Civiles debido a la gran campaña mediática en contra de los socialistas y la amenaza roja, en la que a cualquier persona en los medios que hablara con una postura de política crítica del gobierno, se le tachaba de comunista y se le hostigaba hasta arruinar su carrera.

Y otro factor por el cual no se asoció la industria del entretenimiento estrechamente con el movimiento por los derechos civiles fue porque los músicos famosos de esa época no eran bien vistos por los organizadores de las protestas civiles pues la moral conservadora de los ministros protestantes que dirigían las campañas civiles, reprobaba el estilo de vida psicodélico y liberal de las celebridades del momento, ejemplo de esto es el mensaje de Martín Luther King a los adolescentes donde los convoco a cambiar el Rock and Roll por el Gospel.

Líderes blancos entre ellos Jhon Kennedy y el mismo presidente de General Electric, se pusieron a la vanguardia de este movimiento en su etapa final, y con un evidente ánimo de capitalizarlo. Hecho que produjo una fuerte división entre las organizaciones negras. Pero para finales de la década de los cincuenta, el crecimiento del movimiento de los derechos civiles hizo que varios artistas y locutores se sintieran con el deber de mostrar su apoyo al movimiento. Así, varios locutores daban mensajes encubiertos de reuniones de los comités de organización y músicos como

Duke Ellington y Louis Amstrong hicieron pronunciamientos públicos a favor de las protestas de los grupos afroamericanos.

Debido a la gran polarización que vivía la sociedad en la década de los cincuenta, los artistas de rock & roll negros vivieron grandes contrastes puesto que en sus conciertos eran frecuentes los crímenes raciales y al mismo tiempo eran admirados por varios adolescentes blancos que se sentían libres para bailar y expresarse con su música. Parte de esto fueron los poetas de la generación Beat que encontraron en la música Bebop y en su improvisación, una fuente inagotable de inspiración para su postura ideológica que tiempo después se le definiría como contracultura.

Cambios significativos en la música ocurrieron en la segunda mitad de la década de los sesentas, como reflejo del sentimiento generalizado de orgullo racial entre los negros norteamericanos, que culminó con el surgimiento del llamado "Black Power movement" o "El movimiento del poder negro", que implicaba identificarse y defender su raíz y origen afro. Esto repercutió en la industria discográfica de tal forma que los consumidores negros perdieron el interés en el Rock & Roll dominado por los blancos y el Soul se convirtió en género más escuchado por la comunidad afroamericana, estilo basado en las tradiciones vocales y rítmicas del gospel. Parte de esto fue el éxito de temas como "R-E-S-P-E-C-T" de la reina del soul Aretha Franklin, o "Soul Pride" de James Brown, que se convirtieron en un símbolos del orgullo racial en las comunidades afroamericanas. A principios de la década de los setentas varios artistas mostraron su inconformidad ante el fracaso de la sociedad americana para solucionar los problemas de injusticia económica y racial, por lo que músicos como Stevie Wonder y Marvin Gaye, hablaron más a detalle de problemas sociales y políticos en temas como "What's going on" de 1971.

Como los músicos de Soul, algunos músicos de Jazz también incorporaron orgullo racial en su trabajo, practicantes de “nu-jazz” o free jazz como Ornette Coleman, Jhon Coltrane y Charlie Mingus, abandonaron la ideas occidentales de armonía en su trabajo y buscaron redescubrir ritmos afro e improvisación, aunque en estos casos el idealismo político no estuvo de la mano con el éxito comercial.

Durante la década de los treinta el Swing habían captado cerca del 70% de las ganancias en las compañías discográficas, pero para 1975 los lanzamientos de Jazz en todas sus formas captó cerca del 3% de las ganancias de la industria. Las muertes de Luis Armstrong en 1971 y de Duke Ellington en 1974, confirmaron de forma simbólica que la llamada era de oro del Jazz ya había pasado. El radicalismo político durante la década de los setenta tuvo como resultado en la industria musical la popularización de la música disco, estilo que tuvo sus orígenes en los clubs gays y negros de esa época.

Al final de los sesenta la gran mayoría de las estaciones de radio, incluso aquellas dirigidas hacia la comunidad negra, continuaron siendo dirigidas por blancos, en 1970 solo 16 de 8,000 compañías de radio en EU pertenecían y eran dirigidas por negros. La mayoría de los patrocinadores eran también blancos.

Los deportistas negros tomaron un papel público importante durante los problemas raciales de finales de los sesenta. Inicialmente la nueva sensación del boxeo y campeón de peso completo Cassius Clay generó mucha controversia por cambiarse el nombre a Muhammad Ali, y por negarse formalmente a enlistarse en el ejército de los EU en 1967 después de haberse convertido a la Nación del Islam. Organización a la que la mayoría de los blancos estadounidenses consideraban fundamentalista, este hecho provocó que las autoridades boxísticas le quitaran su título de campeón. Para 1971 una clara mayoría de

americanos se oponían a la guerra en Vietnam y muchos vieron a Ali como el ejemplo de un personaje valiente que fue sujeto a una persecución y acoso legal debido a sus creencias.

En Noviembre de 1967 el coraje por la situación política del momento, llevó al lanzamiento de un movimiento de atletas negros para boicotear los Juegos Olímpicos en la Ciudad de México. Liderados por Harry Edwards, un profesor negro de sociología, el comité de boicot lanzó un proyecto para defender los Derechos Humanos de los deportistas que entre sus principales demandas estaba el que Muhammad Ali debía de tener su título de regreso.

En México, los corredores negros Tommie Smith y Jhon Carlos, medallistas de oro y bronce en 200 metros respectivamente, mostraron su apoyo al movimiento por los derechos civiles al bajar la cabeza y subir el puño con un guante negro en la ceremonia de premiación, al momento de entonarse el himno nacional estadounidense como símbolo del poder negro.

Los representantes del equipo estadounidense condenaron el acto y llevaron a la leyenda olímpica Jesús Owens para intentar convencerlos de disculparse públicamente por su conducta, acto que los atletas rechazaron por lo que fueron expulsados de la Villa Olímpica.

Otro incidente similar ocurrió en los juegos olímpicos de Munich en 1972 donde dos corredores negros más, Vincent Matthews y Wayne Collett, medallistas de oro y plata en 400 metros respectivamente fueron expulsados de los juegos, por dar la espalda en forma de protesta a la bandera estadounidense cuando se entonaba el himno nacional.

Las protestas estudiantiles de 1968 mostraron un carácter de orgullo racial entre los jóvenes afro americanos a finales de los sesenta. Más que cualquier otro individuo Malcom X fue la inspiración para los activistas más radicales.

Los logros de artistas, escritores y líderes negros en historia fueron rotundamente ignorados en la educación básica y media superior en EU, donde los conceptos asociados con la comunidad blanca eran enaltecidos mientras que conceptos asociados con la comunidad de color eran comúnmente asociados a cosas negativas. En la moda los cánones de belleza asociados con blancos como la ropa, el color o corte de cabello eran concebidos como ideales mientras que características pertenecientes a la gente de color como el cabello esponjado o cualquier estilo asociado a las comunidades afro era considerado algo vergonzante y poco atractivo.

2.2 Nacimiento del graffiti moderno, cronología y contexto histórico en las décadas del 60 al 90.

2.2.1 Décadas del 60 y 70.

En este contexto vemos como la década de los sesenta fue un época de cambio y lucha por parte de la comunidad afroamericana que buscaba aparte de garantizar sus derechos más elementales, reivindicar su origen racial de una forma digna y orgullosa.

En este ambiente de ideales políticos y resistencia social, acompañado de un clima de gran marginalidad, represión, y una incursión exitosa de la comunidad ne-

gra en la cultura popular comercial, generó un caldo de cultivo que dio lugar a los al estilo y características del graffiti hip-hop.

Después del desmantelamiento del activismo político de los sectores afroamericanos debido a la de represión del estado y las divisiones internas, las nuevas generaciones se distanciaron del discurso político que junto con el incremento de problemas sociales asociados a la a la pobreza, el desempleo y la incursión de las drogas en barrios de gran marginalidad, se generó un ambiente donde el control de pandillas, mantenían un ambiente de violencia y desintegración social. Por lo que actividades como el graffiti aunque no estuviera implícitamente ligada a una postura política, implicó un acto de desobediencia cívica incitando a una actitud transgresora contraria al estereotipo impuesto a los jóvenes de los sectores conservadores y que era reflejo de los sectores mas bajos de la sociedad con un fuerte carácter de rebeldía, asociado estrechamente a las comunidades urbanas que se caracterizaban por un alto grado de marginación y donde habitan mayoritariamente minorías raciales.

Como lo relata Roger Gastaman en el libro *Freight Train Graffiti* (2004). La fecha exacta del nacimiento del graffiti moderno es disputada y está abierta a las interpretaciones, pero lo que es claro es que a pesar de que la ciudad de Nueva York lo puso en el mapa con una gran audiencia y con su



DE izquierda a derecha: Taggs a principios de la decada del setenta en Filadelfia.CORNBREAD Y COOL EARL.. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* p.p. 80 y 48. Edit. Thames & Hudson, UK.

estilo característico, los taggers o escritores de Filadelfia tienen el más antiguo vestigio de tags a finales de los sesentas.

CORNBREAD empezó a pintar su apodo en las calles del Norte de Filadelfia en 1965, pero en 1967 con la intención de impresionar a una muchacha decidió pintar su apodo a través de toda la ruta de autobús que ella tomaba para regresar a su casa. Esa experiencia le trajo una pequeña sensación de fama que lo llevó a pintar todas las rutas de autobús por toda la ciudad. CORNBREAD no fue la primera persona en pintar su apodo en Filadelfia o en el mundo, Pandillas en diversas ciudades ya habían utilizado pintura en aerosol y marcadores para escribir su nombre y marcar su territorio. Las pandillas de inmigrantes latinos en California marcaban sus territorios desde los años treinta pero la diferencia entre el graffiti de bandas o pandillas y el de CORNBREAD radica en la intención detrás de la pinta. Las pandillas usaron el graffiti para identificar su territorio y establecer el control de la zona, mientras que la intención de CORNBREAD era identificarse a sí mismo y pintar su apodo por todos lados, desde los suburbios hasta el centro de la ciudad. CORNBREAD es considerado el primer escritor de graffiti moderno porque fue el primer "bomber", el ejemplo más anti-

guo de alguien que salió a las calles con ningún otro propósito que el escribir su nombre sobre todo.

Pronto otros taggers como COOL EARL y TITY siguieron sus pasos, por lo que después se hicieron amigos y formaron uno de los primeros crews o grupos de graffiti llamado DELTA PHI SOUL. Entre más pintaban estos pioneros más chicos seguían sus pasos por lo que pronto la mayoría de los jóvenes de la ciudad tenían una firma o un tag.

Antes de CORNBREAD, el graffiti era visto sólo como un fenómeno ligado a las pandillas y debido a esto siempre ha mantenido su imagen agresiva, pero muchos taggers como CORNBREAD nunca pertenecieron a una pandilla y encontraron en el graffiti una alternativa al estilo de vida pandillero. Para los taggers de ésta época el graffiti era una forma de obtener fama y reconocimiento en el vecindario, puesto que podían pintar por toda la ciudad y comunicarse con todo el mundo. En esta época donde el graffiti no era tan común el hecho de pintar en las calles era más visto como un acto vandálico que como un crimen en sí mismo.

Mientras Filadelfia es considerado el lugar de nacimiento del graffiti moderno, no hay duda de que Nueva York es la ciudad que hizo al graffiti famoso, especialmente



De izquierda a derecha: TAKI 183, Ciudad de Nueva York. Primeros tags en Filadelfia. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p.p.46 y 49. Edit. Thames & Hudson, UK.

a través del que se realiza en sus metros. De forma similar a Filadelfia, los inicios del graffiti en Nueva York surgieron de la cultura de pandillas en los años sesenta, muchos de los primeros artistas de esta expresión eran miembros activos de pandillas, pero con el tiempo muchos grafiteiros vieron al graffiti como una alternativa de trascender del estilo de vida pandillero. Para finales de los sesentas el nuevo estilo del graffiti "writting" se había popularizado en varios vecindarios y artistas como JULIO204 empezaban a hacerse famosos por sí mismos. Como toda historia que se transmite oralmente, los orígenes de la actividad están abiertos a la discusión, pero es generalmente aceptado que el graffiti llega a los subterráneos de Nueva York en 1969, a pesar de que existen vestigios de graffiti en los subterráneos antes del 69, todos eran relacionados a pandillas o vandalismo aislado.

Alrededor de 1969 taggers como TRACY168, STAYHIGH149 y PHASE2 pintaron su nombre por vez primera en los trenes, y pronto jóvenes de toda la ciudad, especialmente de los condados de South Bronx y Harlem, siguieron sus pasos

y el metro de la ciudad de Nueva York se convirtió en el sitio predilecto para ser reconocido y adquirir reconocimiento. El movimiento de graffiti que se desarrolló en la ciudad de Nueva York y la tradición cultural que se generó con éste, establecería las bases de un movimiento mundial.

El graffiti moderno comenzó su desarrollo en la década de los setentas en Nueva York y Filadelfia, donde la particular estructura de los barrios marginados de Harlem y el Bronx, conviven con el glamur y los lujos de Broadway y el Bigg Apple, que al parecer fue el caldo de cultivo de los primeros artistas de graffiti. Esta combinación multicultural y los grandes contrastes de clases sociales hicieron de Nueva York el sitio ideal para la formación de una subcultura que ejercía una concepción de libertad y creatividad rebelde e innovadora, donde se efectúa una batalla constante contra las políticas oficiales y una salida a la opresión, la pobreza y estilo de vida del gueto.

Para principios de los setentas, había tanto graffiti por toda la ciudad, que llamó la atención del resto de EU y el mundo. La cultura del graffiti tuvo un boom en 1971,



Graffiti de la vieja escuela por TO.



Graffiti de la vieja escuela por AJAX.

Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 52 y 57. Edit. Thames & Hudson, UK.



Fotos del Metro de NY en los setenta.

Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*.pp. 53 y 54. Edit. Thames & Hudson, UK.

después que el New York Times publicara un artículo sobre TAKI183, que fue un mensajero de la ciudad de Nueva York que viajaba por toda la ciudad pintando su nombre dondequiera que iba. Esto atrajo gran atención sobre el personaje que inspiró a un gran número de jóvenes a empezar a pintar. A pesar de que TAKI183 no fue el primer tagger, él fue el primero en alcanzar fama en la capital mundial del graffiti, logro que muchos aspiraban.

En 1972 tuvieron lugar grandes desarrollos en estilo y técnica que tendrían un profundo impacto en las características estéticas del graffiti. En ese año, un artista parte de una segunda generación de artistas de graffiti con el nombre TOPCAT se mudó de Filadelfia a Nueva York, trayendo consigo un estilo que incorporaba letras más altas en plataformas con olas a los lados, un estilo que se conocería en Nueva York como "Broadway Elegant". Debido a TOPCAT y otros

writers como STYHIGH149, CLIFF159 y TRACY 168 que estaban ganándose credibilidad por sí mismos en esa época, la escena explotó en una competencia por hacer que sus nombres sobresalieran por tamaño, calidad y cantidad. En esa época el graffiti era primordialmente trazos de una sola línea que formaban firmas estilizadas con un sentido de uniformidad, pero esto cambiaría cuando en 1972 SUPER KOOL223 introdujo la "pieza" o "píese", diminutivo de masterpiece o pieza maestra.

Las primeras piezas consistían en simplemente en letras mas grandes, gordas y gruesas con un solo color delineadas con otro. Pero pronto diseños de estrellas, puntos, manchas de color y otros efectos incrementaron el impacto visual del graffiti. Y esto fue gracias al descubrimiento de la "fat cap" o válvula gorda, una válvula que se usaba en artículos de limpieza como desodorantes, que se podía incorporar a



ZEPHYR, Ciudad de Nueva York.
Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006).
Freight Train Graffiti p. 54. Edit. Thames & Hudson, UK.



REVOLT y MIN, 1981 (H.Chalfont)
http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg



Arriba de izquierda a derecha: Graffitis en vagones de Nueva York, TRACY 168.
Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p. 54. Edit. Thames & Hudson, UK.
www.kasino.com.au/masters/tracy168.jpg

una lata de pintura en aerosol y aumentaba el punto e intensidad de la pintura. El tamaño e impacto de las piezas empezó a aumentar, alcanzando esquinas y plataformas más altas en los vagones de los metros hecho que sirvió para popularizar más la actividad.

Para 1973 el graffiti había cambiado tanto a la ciudad de Nueva York que el ciudadano promedio en la calle no podía ignorar el cambio del paisaje de una ciudad cubierta por pintura. Lo que hizo que el graffiti se convirtiera en la cultura juvenil urbana más importante desde los años cincuentas con el rock & roll. Para este punto era imposible detener el rápido crecimiento del movimiento, cada día salían a pintar nuevos writers, y nuevos grupos o crews competían ferozmente entre ellos para obtener reconocimiento.



Metro de Nueva York en los setentas. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p. 57. Edit. Thames & Hudson, UK.

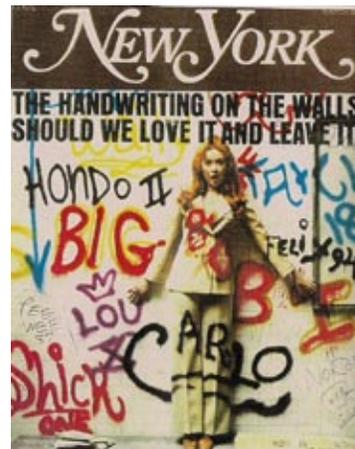


Policías en el Metro del Bronx NY, 1981. Foto: Martha.Cooper. http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg

Para finales de los setentas otra subcultura hacia ruido en la ciudad de Nueva York, el hip-hop. Mucha gente cree incorrectamente que el graffiti y el hip-hop no se hubieran desarrollado sin la ayuda del otro. Pero el hecho es que las dos culturas jugaron un papel significativo en expandir la esfera de influencia del otro, había muchos jóvenes dentro de la comunidad del hip-hop que no tenían nada que ver con el graffiti, y muchos writers preferían escuchar a Black Sabbath en lugar de a Grandmaster Flash. Uno de los primeros encuentros de la música rap y el graffiti en los medios fue el video de la canción de Blondie "rapture" donde participaba el rapero Fab Five Freddy con un set pintado por el writer de subterráneos LEE. El video tuvo gran rotación por el canal MTV en 1981 y ofreció a muchos adolescentes de los suburbios su primer vistazo a la forma de arte urbano.



A la izquierda: DONDI pintando, 1980. Foto: Martha Cooper. http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg



Revista New York. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p. 52. Edit. Thames & Hudson, UK.

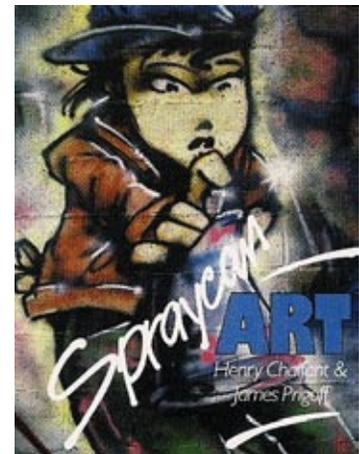
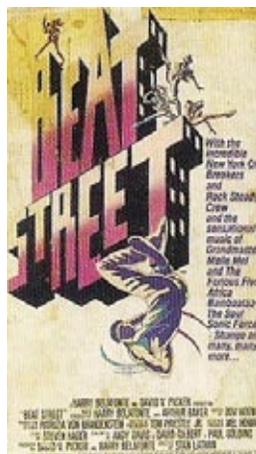
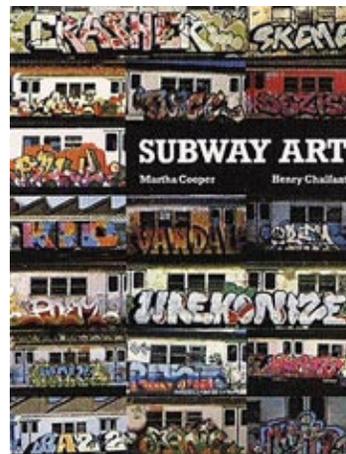
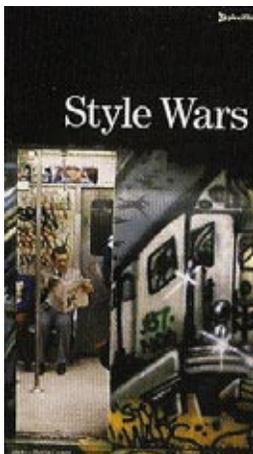
2.2.2 Década del 80.

Considerando el rápido ascenso del graffiti en Nueva York, su movimiento del metro a los bastidores y las galerías era solo cuestión de tiempo. Para 1980 writers como FUTURA, DONDI, REVOLT, y ZAPHYR fueron los primeros fuertemente involucrados en mostrar su trabajo en galerías por toda la ciudad. En locaciones como Fun Gallery y Fashion Moda estos artistas mostraron su trabajo inspirado en sus orígenes de graffiteros. A muchos de éstos artistas les ofrecieron la oportunidad de mostrar su trabajo en galerías en Europa y Japón. Lo que empezó como un pequeño movimiento en la subcultura norteamericana estaba alcanzando status internacional.

En este punto, la popularidad y crecimiento de la cultura del graffiti pro-

vocó encuentros con los medios de comunicación que provocaron reafirmar y propagar sus raíces e identidad. Un encuentro entre el cine y el graffiti que impactó e influyó en gran medida las futuras generaciones de graffiteros en EU fue la realización de la película *Style Wars* y el libro *Subway Art*. Cada uno de éstos encontró espacios de distribución en EU y en el resto del mundo, donde nunca se había visto graffiti antes y donde el movimiento de graffiti estadounidense era todavía desconocido.

Dirigido por Tony Silver y coproducido por Henry Chalfant, "*Style Wars*" de 1983, fue un documental galardonado sobre el fenómeno del hip-hop que surgió en la ciudad de Nueva York. Transmitido en todo el país por PBS (Public Broadcasting Service) en 1983, *Style Wars* hechó un vistazo a la vida en las calles y atestiguó el estilo y forma de los Djs', Mcs', B-Boys' emergentes y de los reyes del nuevo movimiento



De izquierda a derecha: *Style Wars*, *Subway Art*, *Beat Street* y *Spraycan Art*. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p.p 54 y 58. Edit. Thames & Hudson, UK.



A la izquierda: Grabando piezas para el filme *Style Wars*, Foto: Martha Cooper. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* p. 59. Edit. Thames & Hudson, UK.

neuyorkino del graffiti en los trenes subterráneos. El documental muestra la guerra que estos artistas vivían con las autoridades del MTA (Metropolitan Transportation Authority), y transmite el respeto que los realizadores tenían por la comunidad hip-hop donde los artistas de graffiti se ven como una especie de celebridades urbanas.

Lanzada en 1983 y dirigida por Charlie Ahearn "Wild Style" fue una producción de bajo presupuesto que era una redención ficticia a la cultura hip-hop de la ciudad de Nueva York donde aparecían varios graffiteros reconocidos de Nueva York, los artistas se representaban a sí mismos en una narrativa sobre el amor y el éxito de su actividad. Wild Style cuenta con las apariciones de LEE y PINK entre varios writers y músicos de hip-hop de la época, y muestra escenas en las yardas de los vagones y en clubs de hip-hop, mostrándole a mucha audiencia su primera mirada dentro de la subcultura urbana.

Wild Style, junto con otras películas como Beat Street (1984), mostraron al graffiti en un contexto dentro una subcultura urbana con una larga historia dentro del hip-hop articulando un retrato real de lo que estaba aconteciendo en el movimiento y ayudaron a esparcir la popularidad del graffiti por todo el mundo.

El libro Subway Art publicado en 1984, siguió el éxito de Style Wars y Wild Style, creado por los fotógrafos Martha Cooper y Henry Chalfant. "Subway Art" explica la terminología del graffiti y elementos importantes de lo que era considerado importante en la etiqueta del graffiti. Mediante de las fotografías de Cooper se hacía un recorrido por los artistas más importantes del movimiento de la época en Nueva York. Subway Art tuvo gran popularidad en los jóvenes de los su burbios por todo EU, y se convirtió en el libro más importante de la cultura del graffiti.

Henry Chalfant completó su trilogía sobre el tema con la publicación en 1987 del libro Spraycan Art, que mostraban

fotografías de graffitis en ciudades como Pittsburg, Chicago, San Francisco, Los Angeles, Nueva York y en ciudades fuera de EU como Nueva Zelanda, Escandinavia y Australia registrando el crecimiento e influencia del graffiti en EU y el resto del mundo. Así con estos trabajos se hicieron los primeros registros y estudios del primer movimiento artístico en la historia moderna generado únicamente por la juventud.

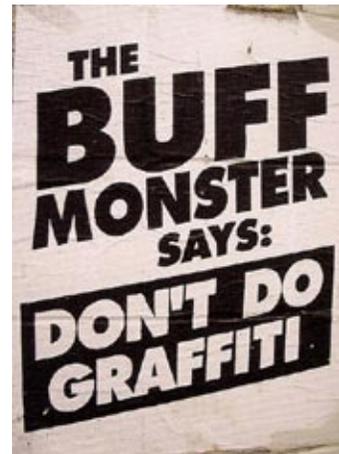
Cuando el graffiti crecía en popularidad y se convertía en un negocio rentable para muchos, los oficiales en Nueva York trataban de borrar las marcas de decadencia urbana que el graffiti generaba en las zonas turísticas. Irónicamente el mismo turismo que provocó que muchos jóvenes que visitaban Nueva York en unas vacaciones familiares se iniciaran en el graffiti, sería el pretexto principal para que las autoridades decidieran su desaparición en los muros. De 1977 a 1989, el denominado "buff" que consistió en una eliminación sistemática de las pintas de graffiti, eliminó veinte años de legado de piezas, bombas y taggs en vagones y muros de toda la ciudad. El MTA (Autoridad Metropolitana de Transito) declaró una guerra abierta contra el graffiti en cualquiera de sus manifestaciones borrando todos los vagones y muros que se pudiera utilizando un químico que al rociarlo, diluía la pintura en solo unos segundos, eliminando de esta forma casi por completo las pintas en todas las líneas del metro neuyorkino, además de construir más bardas y rejas en las inmediaciones de las yardas del metro, incrementar los cuerpos de seguridad y aumentar las multas de penalización contra los infractores.

La actitud agresiva ante el graffiti del MTA provocó un avance más lento del movimiento debido al rango de acción más corto dentro de las ciudades, pero para principios de la década de los noventa la escena se empezaba a reinventar y a fortalecer a sí misma. Como una forma de mostrar su trabajo en las calles los writers de Nueva York gradualmente empezaron

A la derecha: Bagoes de metro de la ciudad de NY con graffitis borrados. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p. 61. Edit. Thames & Hudson, UK.



El "Buff" por BANKSY. Foto: Ronald Peschetz. Shove, Gary. (2008). *UNTITLED, STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE*. pp. 5 y 168. Edit. Pro-Aciv Communications. UK.



El "Buff Monster" por C-Monster.

a mover su trabajo a las autopistas en las inmediaciones de las ciudades, con la intención de llegar a mayores audiencias. Esta táctica se volvió primordial en el crecimiento del movimiento de graffiti en Los Angeles, donde los grafiteros locales obtuvieron grandes ventajas de sus grandes "freeways" o avenidas con gran densidad de tránsito y tráfico pesado.

La mayoría de las principales ciudades grandes en EU han mantenido un nivel de escena de graffiti desde mediados de los ochentas, promovido por proyectos como Style Wars y Subway Art aunado a la creciente popularidad del hip-hop, muchas ciudades pequeñas estadounidenses vieron la introducción de un movimiento de graffiti más progresista a finales de la década de los ochentas. Esto también ocurrió en varias ciudades europeas y alrededor del mundo a mediados de los ochentas y principios de los noventas

donde simultáneamente crecieron de pequeñas escenas de graffiti en movimientos con gran popularidad desarrollando estilos individuales fusionándose en sus culturas locales. De esta forma se generaron estilos nuevos y más diversos, de letras y caracteres muy variados, donde al principio se basaban en los estilos neoyorkinos, rápidamente se establecieron nuevas formas y estilos que ayudaron junto con los medios locales, mayoritariamente independientes, a solidificar su propia subcultura.

A pesar que el movimiento de graffiti en los trenes de carga de EU tuvo sus inicios a mediados de los ochentas e incluso algunas incursiones en los setentas, el surgimiento de su popularidad entre los grafiteros norteamericanos tuvo un papel importante durante principios de los noventas. En ciudades alrededor de EU writers desarrollaron una verdadera pasión por pintar sobre los trenes de carga, que se



BRAZE en acción.



PICASOO.



EROTICA por PICASOO.

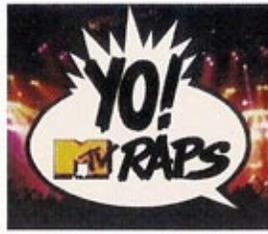
Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 87 y 94. Edit. Thames & Hudson, UK.

convertiría en una forma de arte que poco a poco se convertiría en una subcultura dentro del graffiti. El factor más importante dentro de la particularidad de los trenes de carga fue su potencial de traslado por grandes distancias por todo el país, lo que lo convertía en un lienzo rodante al igual que los trenes de metro, pero con un mayor rango de traslado que otorgaba a los artistas presencia y reconocimiento a nivel nacional. A pesar que los muros de las ciudades se volvían cada vez más saturados de pintas, y los castigos y multas eran cada vez más severos, los trenes de carga proveían un medio más abierto y seguro para desarrollar la actividad. Y así como la popularidad de pintar en trenes creció, ayudó a que el trabajo de los graffiteros de trenes se difundiera en revistas y sitios web que emergían en la misma época.

Durante la década de los ochentas se realizaron gran número de revistas clandestinas en EU como I.G.T, pero no fue hasta principios de los noventas que las

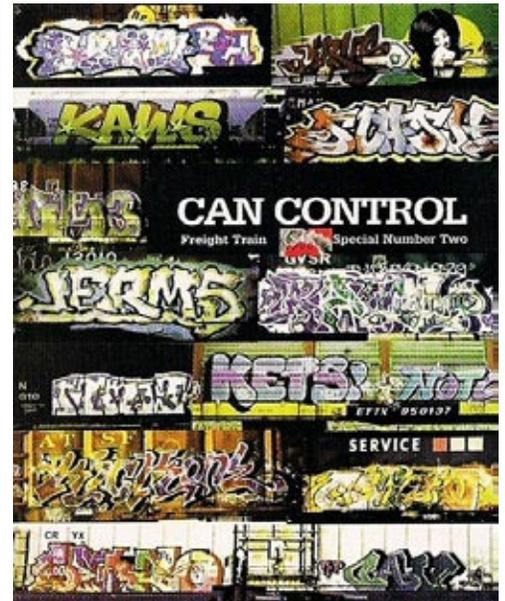
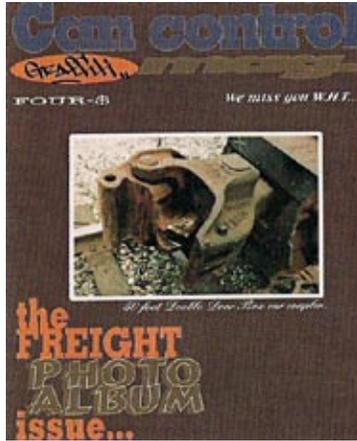
primeras revistas establecidas de graffiti se imprimieron y distribuyeron abiertamente como Skills, Can Control (originalmente Ghetto Art) y On The Go. De esta forma la red de medios sobre graffiti se volvía cada vez más extensa y el movimiento una vez más crecía a gran velocidad.

El graffiti comenzaba a aparecer por todas las ciudades europeas desde principio de los ochentas aunque en Ámsterdam y Madrid precedía un movimiento de graffiti más antiguo con sus raíces en el movimiento punk. Pero con la popularización del hp-hop se produce un gran crecimiento y arraigo del graffiti europeo. Al principio la mayor parte del graffiti en Europa se basaba en la estética del graffiti estadounidense, pero con el tiempo nuevos estilos y técnicas surgen en cada país donde se establece un movimiento local. Con el hip-hop, el graffiti se llega casi todos los países occidentales u occidentalizados llegando después a Asia, Sudamérica, África y el Medio Oriente.



Arriba de izquierda a derecha: Invitación a evento de Graffiti por RAZE, calcomanía de Thrid Rail por por RISKY e imagen de Yo MTV Raps por REVOLT.

A la derecha: Edición de la revista Can Control dedicada a las Graffitis en los trenes de cagra.



Arriba:Edición especial de la revista Can Control dedicada a los Graffitis en los trenes de cagra.

Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 87 y 94. Edit. Thames & Hudson, UK.

En Europa cabe destacar el desarrollo del graffiti autóctono o graffiti punk, que fue un movimiento en expansión, completamente distinto al movimiento generado en EU y que fue de la mano en muchos casos con los movimientos anarquistas y ocupas, que de alguna manera en toda Europa pero principalmente en Ámsterdam, Paris y Madrid, fusionaron dentro del graffiti su influencia ideológica como visual. De esta forma durante la década de los ochentas, artistas europeos como Vendex o el dr. Rat pintaban por las calles de Ámsterdam su logo con letras góticas, en Paris se manifestaban con plantillas BLEK "le rat", conocido como el máximo exponente de ese graffiti realizado con plantillas o stencil en esa época,

El graffiti holandés se desarrolla con la influencia del movimiento punk junto con Francia y Alemania. Ámsterdam fue una de las ciudades europeas que comenzaron a desarrollar exposiciones de graffiti fuera de EU, debido a la política liberal del gobierno holandés, predominaron las pintas en paredes más que en trenes y vagones en comparación con el graffiti norteamericano.

En Europa ya existían antecedentes de de pintas en espacios públicos antes de la llegada del graffiti en EU. En Paris existían artistas que utilizaban planillas mucho antes de la aparición de los primeros tags. En los ochentas el graffiti estuvo muy ligado a movimientos ocupas con sus bases ideológicas en el punk y que fue independiente del movimiento hip-hop. Pero con la popularización del hip-hop como cultura callejera en Europa, el graffiti tiene un gran auge influyendo a gran cantidad de artistas por todo el viejo continente.

De esta forma aunque el movimiento punk no se le ligue muy a menudo con el graffiti vemos que sobre todo en Europa en la década de los ochenta, se creó una escuela con estilos y técnicas muy distintas al graffiti hip-hop, que dejaron huella en las nuevas generaciones que retomarían sus estilos y conceptos.

2.2.3 Década del 90.

Grafiteros de todo EU empezaron a organizar sus propios eventos para promover el movimiento. Eventos en Los Angeles, Nueva York y en el medio Oeste empezaron crear cada vez más interés en graffiti. En Los Ángeles los eventos de graffiti de FRAME comenzaron en 1988 generando una estructura e incrementando la comunicación en la comunidad. Pero la década de 1990 se caracterizó por la privatización del espacio público y la globalización, por lo que el “graffiti leyenda” se replegó y los movimientos de “graffiti hip hop”, provenientes de Estados Unidos adquirieron relevancia con gran número de eventos de graffiti mural por todo el mundo.

El lapso entre el desaceleramiento del graffiti y su eventual regreso también se vio marcado por la disminución de la publicidad negativa, puesto que autoridades como el Chicago Transit Authority comenzaron a realizar concursos de graffiti premiando a los ganadores con becas para estudiar en escuelas de artes, este tipo de eventos pretendían abrir espacios para realizar graffiti de forma legal y contraponer el graffiti ilegal, pero esto nunca ocurrió ya que el graffiti se volvió tan popular en Chicago que poco después las autoridades prohibieron la venta de pintura en aerosol.

Pero este tipo de eventos son signos importantes de que las autoridades reconocen al graffiti como una subcultura emergente dentro de la cultura establecida, sin embargo, no disminuyen la actividad clandestina puesto que promueven la actividad en sí misma y el espacio ilegal siempre mucho más accesible que los espacios abiertos para esta actividad.

El crecimiento de la cultura de graffiti fue en gran parte estimulado con el acceso abierto al internet a mediados de los noventa. Computadoras en las escuelas y campus universitarios proveía a la comunidad en general una forma más rápida y eficiente para conocer y compartir fotos e historias de distintas ciudades y países. Así grafiteros de todas partes se dieron cuenta que de igual forma a cualquier calle concurrida, la superavenida de información que provee el Internet es un muy buen lugar para exponer tu trabajo.

En Septiembre de 1994, el graffiti encontró un sitio estructurado en el Internet con la creación del primer sitio de información dedicado a esta forma de arte urbano; Art Crimes. Los fotógrafos Susan Farrell y Brett Webb crearon el amigable e informativo sitio con la esperanza de llevar esta forma de arte a un público más extenso y crear una forma de catalogar y preservar varios trabajos. Para 1999 Art Crimes albergaba más de 3,000 imágenes de 205 ciudades



Captura de la pagina web Art Crimes. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* p. 69. Edit. Thames & Hudson, UK.

y 43 países en cada continente. Este sitio tuvo gran éxito siendo alabado tanto por la comunidad del graffiti internacional como por los medios masivos de comunicación como US Today, The New York Times, Newsweek, the Discovery Chanel, Wired y Radio Francia Internacional. El efecto de Art Crimes en términos de motivar la escena internacional fue evidente no solo en el número de visitantes que después incursionó en el graffiti, sino también el gran número de nuevas revistas con gran calidad de imagen que se formaron inspirándose en el sitio.

El Graffiti se convirtió en fenómeno internacional y en cierta forma creció más rápidamente a nivel internacional que en EU. Históricamente Europa ha sido la cuna en las vanguardias artísticas por lo que el graffiti a pesar de su implicación de desobediencia civil, fue recibido con los brazos abiertos en muchas ciudades europeas. Mientras que el graffiti ilegal continuó floreciendo en ciudades como Berlin y Copenhague, Roma, París, Madrid y Londres, existió un crecimiento significativo en los eventos auspiciados por

organismos oficiales de eventos de graffiti. Estos muros con graffitis legalmente pintados se volvieron lugares comunes, lo que provocó que compañías europeas fueran de las primeras en capitalizar el potencial visual que ofrece el graffiti, esta ayuda de los corporativos ayudó al éxito de los primeros convenciones internacionales de graffiti o "jams".

En comparación con los eventos europeos, las convenciones de graffiti en EU fueron más pequeñas en audiencia pero igualmente influyentes. En 1996 el hip-hop y el graffiti se unieron una vez más en Cincinnati, Ohio para la primer convención anual de graffiti auspiciada por la revista Scribble. Este evento llamado "Scribble Jam", atrajo a un gran número de personas, se efectuaron de mostraciones de graffiti, conciertos en vivo y se convirtió en una tradición anual. De 1997 al 2000 el evento anual "PaintLuis" celebrado en San Luis Missouri organizados por artistas locales pero auspiciado por el gobierno local, fue cancelado cuando un gobierno más conservador tomo lugar en la ciudad. Pero tanto "Scribble Jam" como "PaintLuis"



De izquierda a derecha: Evento *PaintLuis* en EU. Encuentro de artistas de graffiti en Europa. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 70 y 71. Edit. Thames & Hudson, UK.



De izquierda a derecha: SABER y REVOK en el evento *Graff Angeles*. Eventos de graffiti en Europa. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 70 y 71. Edit. Thames & Hudson, UK.

atrajo gran atención de los medios y ayudó a mantener al graffiti en la conciencia pública, además de exponer el trabajo de artistas de distintos lugares.

Como ocurrió en los ochentas, una vez que el graffiti consiguió cierto nivel de culto como una forma legítima de arte, varios grafiteros comenzaron a recibir invitaciones para hacer demostraciones en varias galerías de arte. En San Francisco, el artista TWIST junto con los writers ESPO y REAS, fueron parte en el "Street Market Show" de 1999 en el Instituto de Arte Contemporáneo de Fi ladelfia que obtuvo gran aclamo internacional y eventualmente el show viajó a otras partes del mundo donde participaron Deitch Projects en Nueva York, Parco en Japón y Vence Biennale en Italia. De esta forma el espectáculo se conectó de una forma más cercana en cada locación.

Después de esta serie de eventos, estos artistas incursionaron en galerías más grandes donde recibieron ofertas de grandes corporativos para efectuar publicidad. Como en estos casos las oportunidades para los artistas urbanos se estaban ampliando en distintos sectores donde el graffiti imprimía su propia marca en las galerías de arte y se legitimaba el medio como una forma de arte, pero al mismo

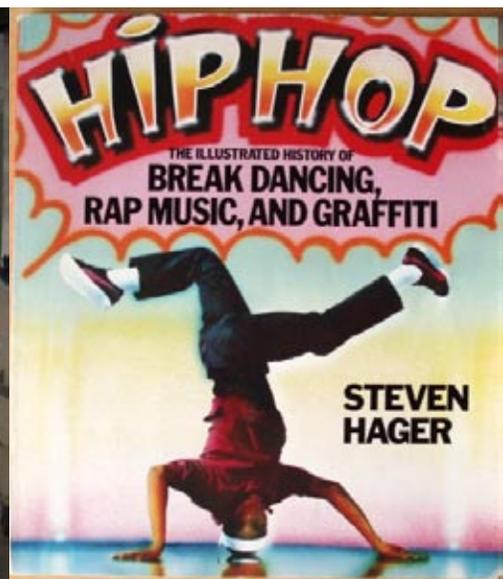
tiempo se abría al mercado la posibilidad de utilizar la estética del graffiti con fines meramente comerciales, hecho que era inevitable.

2.2.4 El Hip-Hop como principal influencia de la cultura urbana en las décadas del 80 y 90.

El mayor desarrollo cultural urbano a principios de los ochentas fue sin duda el surgimiento y popularización del Hip-Hop, que reflejaba el estilo de vida de los suburbios en las grandes ciudades estadounidenses unificando cuatro 4 formas de expresión urbana en una subcultura que rápidamente adquirió gran popularidad convirtiéndose en eje central de la cultura urbana de finales del siglo XX. El Hip-Hop es la unión de varias formas de expresión juvenil en la segunda mitad de la década del setenta, principalmente de comunidades afroamericanas y latinas en Nueva York que se establecen como reflejo de las condiciones y estilo de vida de los suburbios marginales de esa época, donde los jóvenes a través de fiestas generan una comunidad que desarrollaría toda una subcultura que sin duda fue la cara mas significativa del graffiti moderno.



Graffiti Hip-Hop en Oregon, EU.
<http://flickr.com/photos/stuttermonkey/17315580/>



Libro *Hip Hop- The Illustrated History of Breakdancing, Rap Music and Graffiti* (St. Martin's Press, 1984) . <http://g-ecx.images-amazon.com>

El Hip-Hop se conformó por el breakdance como estilo de baile, el graffiti como medio pictórico, el MC o maestro de ceremonias encargado de la parte vocal y el Disc Jockey que se encargaba de las pistas y bases de la música, desarrollando el estilo del scratch, que se caracteriza por manipular los discos en las tornamesas para generar diversos efectos reivindicando a la tornamesa como instrumento musical. El género musical descendiente de la cultura Hip-Hop es el Rap, que tiene sus orígenes en la influencia Jamaicana en los barrios de Nueva York donde el estilo del *Raggamuffin*⁸ y del DJ de Sound System originario de Jamaica, se mezcló con la influencia de la cultura callejera norteamericana creando un nuevo género musical. La cultura Hip-Hop trajo consigo un estilo de vestir que combinaba diversos elementos del estilo de vida de los suburbios donde se mezclaban elementos heredados de la cultura de pandillas como ropa holgada y paliacates, prendas deportivas como gorras de baseball, tenis y jerseys que se combinaban con artículos como lentes oscuros y cadenas llamativas, generando un estilo

que rápidamente se propagó por las zonas urbanas de EU y el resto del mundo.

La música Rap obtuvo un profundo impacto en la comunidad afroamericana en Los Estados Unidos por el nacionalismo y orgullo racial que los primeros artistas de éste género promovían dentro de la juventud. Y debido a su comercialización masiva fue el elemento que dio más auge a la cultura Hip-Hop, por lo que se convirtió en un conducto musical de gran extensión dentro de las comunidades urbanas, incluso mayor al jazz, que fusiona la poesía y la lírica de los barrios con los ritmos de tradición afro.

El DJ Kool Herc originario de Nueva York es conocido como el primer DJ en utilizar las cualidades de una tornamesa para hacer sampleos, sonidos y bases rítmicas utilizando otros discos. Por lo que Kool Herc es considerado el primer DJ Hip-Hop en utilizar una tornamesa como instrumento musical. Kool Herc utilizaba bases rítmicas con gran cantidad de ritmos musicales que pasaban por el reggae, el jazz, el funk y el Disco, utilizando secciones de canciones en forma de “loop” haciendo



Fotos: JP Laffont – La pandilla Savage Skulls del Bronx, 1972.
<http://itsnicetobeimportantbutismoreimportanttobenice.files.wordpress.com> - 2
<http://itsnicetobeimportantbutismoreimportanttobenice.files.wordpress.com> - 1

⁸ “Se dice ragamuffin o raga también para estilos de canto a base de rimas mediante un estilo de melodías rítmicas, bailables y repetitivas, frecuentemente improvisadas. Esta forma de rimar tiene precedentes en canciones africanas (griots) donde una rima rítmica se canta en forma de “afirmación/respuesta”. Este estilo de cantar reggae se llama también a veces toast o toasting, aunque este término se refiere originariamente a las diferentes intervenciones de un animador a través del micrófono.” Fuente: <http://www.wikipedia.org/>



De izquierda a derecha: DJ Grand Master Flash en acción. Sounsystem Jamaquino.
http://www.greatestcities.com/1798pic/399/CP77399.jpg/grandmaster_flash05.jpg
<http://www.dogshiphop.com/historia-del-turntablism-djing-sound-systems.jpg>



EL DJ Tonebambusy.
<http://www.cev2009.cl>



Dez y su Crew en East Harlem, 1983.
Foto: Henry Chalfant.
Fuente: Graffitiarte.



DJ's de Nueva York. Foto: Henry Chalfant . <http://depthome.brooklyn.cuny.edu>



Fotograma del filme Wildstyle (1983).
<http://pocketcalculatorshow.com/boombox/graphics/wildstyle-gf575.jpg>



Crazy Legs y el Rock Steady Crew.
http://2.bp.blogspot.com/_rLcbZVGkVAA/SQW11tTE7xI/AAAAAAAAAHk/8dN_TjGhepE/s400/c.legs,+Graf+Rock.jpg

de su soundsystem "The Hercoulords" una experiencia altamente bailable que sentaría las bases para un nuevo género de música. Mientras tanto J.Saddler mejor conocido como Grand Master Flash desarrollaba un nuevo estilo de mezclar música desde dos tornamesas, en el que no solo mezclaba las canciones sino que desarrolló la técnica del "scratch", en el que utilizaba la aguja de la tornamesa como un instrumento para hacer el sonidos y cortes, que después serían una característica sonora básica del hip-hop. Aunque Herc fue clave en el sonido que caracterizo al hip-hop, fue Flash quien perfeccionó la técnica y estilo del DJ Hip-Hop, que a finales de 1981 con la coautoria de su Mc Melle Mel lanzaron el tema "The Message" el primer manifiesto progresivo en rap nacionalmente reconocido acerca de la condición de los afroamericanos en EU.

La cara del Hip-Hop en sus inicios fue definitivamente el DJ y el cuerpo fue el estilo de vida de los suburbios norteamericanos como el Bronx, en donde vivía la mayoría de la comunidad afroamericana y donde las pandillas o "gangs" tenían una alta activi-

dad y presencia. Después del movimiento del "Black Power", la guerra de Vietnam y el COINTELPRO del FBI en contra de las organizaciones de la comunidad afroamericana, las pandillas fueron la única instancia en la comunidad que le ofreció un mensaje a los jóvenes negros, que fue "únete y sobrevive".

La mayor de estas pandillas en Nueva York fueron los "Black Spades" cuyo líder transformo la pandilla en uno de los crews o grupos pioneros más importantes en los ochentas conocido como Zulu Nation. Y el mismo se convirtió en una leyenda del Hip-Hop Afrika Bmabata. Con la llegada de Bambaataa y la conformación del Zulu Nation la ideología del hip-hop se convirtió a un nacionalismo negro, con creatividad constructiva y visión social. Bmabata fue el primer líder dentro del hip-hop en mandar un mensaje de unidad como comunidad, haciendo de la nación Zulu una verdadera expresión de unidad cultural juvenil que sentó las bases de un nacionalismo afroamericano que caracterizó al emergente movimiento en la primera parte de la década de los ochenta.



Estampa de Run DMC.
http://farm3.static.flickr.com/2208/2336200461_d0d0606da23.jpg?v=0



Public Enemy por Obey.
<http://cloutonline.com>

En 1982 Afrika Bambaataa sería reconocido como el padre del hip-hop por su tema Planet Rock donde se utilizaba un sample melódico de la canción Trance Europe Express de Kraftwerk, que sería la inspiración para establecer las bases del tecno, que luego serían desarrolladas por el trío Belleville.

La música Rap se convirtió en la más importante embestidura de la nueva y emergente cultura Hip-Hop. Al principio restringidas a las comunidades urbanas de afroamericanos y latinos, pero como veremos más adelante, llegaría a trascender a una escala mundial. Para principios de los ochentas el Rap empezó a incrementar su audiencia. En 1984 Run DMC se convirtió en el primer grupo de Rap con mayor éxito en el mercado comercial debido a el éxito del tema "Walk This Way" en el que realizaron una versión hip-hop de un tema del grupo de rock Aerosmith que les abrió las puertas a los medios masivos debido al éxito del grupo rockero, lo que los colocó como la primera incursión del hip-hop con una gran audiencia blanca y el primer super-



Afrika Bambaataa, fundador del Zulu Nation.
<http://www.metroactive.com/papers/metro/11.28.02/gifs/afrika-0248.jpg>

éxito de un grupo de hip-hop. Run DMC con la ayuda del magnate de la mercadotecnia Russel Simmons, utilizaron la imagen del B-Boy, en especial la ropa Adidas, y la convirtieron en una ventas millonarias. Sobre todo con el éxito de "Its like that",

en el que retomaban las bases rítmicas ideales para el Break Dance, legitimizaron el estilo de vida de los B-Boys y lo convirtieron en un himno del momento. De esta forma Run DMC marca un momento importante en la historia del hip-hop por la trascendencia del éxito con el público blanco estadounidense, abriéndose un mercado a gran escala que desde el éxito de la música jazz en los años treinta, había cerrado sus espacios a las expresiones culturales de las minorías raciales.

Consecutivamente en 1985, Russel Simmons con la disquera Def Jam, firma a una banda de rap, conformada por 3 hombres blancos, que antes tocaban punk rock llamados los Beastie Boys, y cuando en 1986 Def Jam se asocia con Columbia Records lanzan su debut album "Licensed to Ill" convirtiéndose en el disco debut con mayores ventas en la historia de Columbia Records, vendiendo 75,000 copias en seis semanas. Lo que convierte a "Licensed to Ill" en el disco de rap más vendido en los ochentas, que paradójicamente fue un disco de un género mayoritariamente negro hecho por tres jóvenes blancos.

Esto nos habla del papel de los medios y de la imagen en la proliferación y comercialización del género, donde las disqueras y las grandes compañías a mediados de los ochentas empezaban a utilizar el nuevo estilo urbano para recaudar ganancias millonarias con un público más amplio, y que sería el comienzo de una comercialización de estas expresiones con gran fuerza a escala mundial.

Dentro de la gama de tendencias ideológicas y de imagen que se desarrollaron dentro de la música rap en sus inicios, prevalecían los mc's comprometidos con alguna causa social o política, más centrados en su mensaje que en el éxito comercial. La mayoría de raperos tenían un enfoque nacionalista que los ubicaba en un círculo social y racial donde se criticaba el sistema político y económico con un objetivo de desarrollo cultural autóctono.

Estos artistas influyeron a varios jóvenes no solo para incursionar en actividades culturales dentro de la esfera del hip-hop, sino para tener una perspectiva crítica respecto a la situación de desigualdad y represión en la que vivían. Grupos como Public Enemy o X Clan en base a sus líricas efectuaron un análisis de la población negra en EU sin comprometer la base y el estilo hip-hop de su música.

Public Enemy se convirtió en el primer grupo superestrella del Rap en los ochentas que en contraste con las letras de la música Disco, articulaba en sus líricas las realidades de los suburbios y grababan sus videos musicales en los guettos para reafirmar su contexto y estilo de vida.

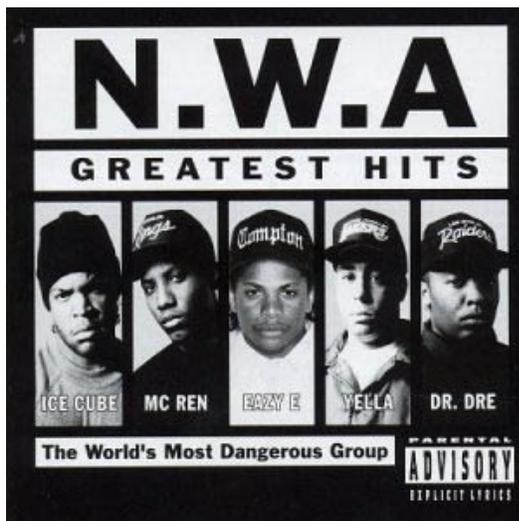
Pero este tipo de líricas se fueron reemplazado paulatinamente por mensajes de violencia, sexismo y materialismo, por MC's altamente influenciados por los códigos, vestimenta y el estilo de vida por un lado de las pandillas o "gangs" de latinos y negros, y por otro de los "pimps" o padrotes con lo que los raperos crearon personajes que después se convertirían en iconos del Rap. Esto provocó que con el tiempo prevaleciera con mayor popularidad la imagen del MC superestrella inmerso en su mundo de pertenencias costosas, mujeres bellas, fama y fortuna, que aspiraba más al status y el poder que a un ideal político, por lo que paulatinamente la cantidad de mensajes de protesta y crítica social se disminuyeron en comparación a la gran cantidad de Mc's activos en ésta época.

Durante los ochentas el centro geográfico del Rap en EU era la costa este, particularmente la ciudad de Nueva York, pero para principios de los noventa esta situación cambió con la aparición de raperos de la costa Oeste en la escena. Uno de los primeros grupos californianos en obtener gran éxito fue Niggas Wit Attitude (NWA) quienes marcaron el inicio del subgénero Gangsta Rap o G Funk donde incorporaron imágenes de pistolas y violencia en sus líricas como forma de expresión artística.

Su música estaba enraizada en la cultura de pandillas de Los Ángeles y reflejaban la desconfianza en toda forma de autoridad y mas especialmente en las agencias policíacas. La imagen agresiva de grupos como "NWA", "Naughty by Nature" entre otros, fue la que utilizaron los medios masivos de comunicación para extender el estereotipo del latino y negro pandillero en el que se asociaba directamente la música rap con violencia y criminales. Además de la difusión de este tipo de estereotipos plasmados en personajes negros y latinos en series de TV y películas. Esto tuvo como efecto que se popularizara más el rap con líricas basadas en armas, drogas y sexo aunque alternamente se generaran también un gran número de trabajos que experimentaron con diversos géneros y propuestas líricas pero que circularon mayoritariamente en círculos alternativos y no tuvieron la cobertura de los raperos gangsta donde no todos presentaban un mensaje político y constantemente estaban envueltos en escándalos legales y rivalidades.

A principios de la década de los noventa el rap de California obtuvo gran éxito con la aparición de la disquera Death Row comandada por Dr.Dre ex integrante de NWA, que junto a los lanzamientos de Snoop Doggy Dog y el de 2Pac Shakur,

alcanzaron gran popularidad y éxito en ventas. Su popularidad creció en gran forma en 1994 por una serie de disputas de Tupac con la figura central del rap de la Costa Este en esa época Notorius BIG, quien encabezaba la disquera Bad Boy Records de Nueva York , y cuya rivalidad culminaría con el asesinato de ambos raperos en un presunto ajuste de cuentas que hasta la fecha sin resolverse. Tupac Shakur fue asesinado el 7 de septiembre de 1996 al salir del Hotel MGM de Las Vegas después de asistir una pelea de Mike Tyson, donde fue baleado en su coche, resultando herido de gravedad y falleció una semana más tarde en el hospital. Debido a su conocida rivalidad Notorious B.I.G. fue sospechoso de ordenar el crimen pero no se pudo probar nada y seis meses después, en marzo de 1997, Notorious fue asesinado en Los Ángeles al ser baleado en su coche a la salida de una entrega de premios. Aunque ambos crímenes siguen sin resolverse, es claro que con la muerte de Tupac y Notorious BIG los mayores beneficiados fueron sus dos compañías discográficas Death Row y Bad Boy que, tras la tragedia, editaron y vendieron millones de discos de ambos artistas. El último álbum de Tupac "7 Day Theory" lanzado dos meses



Portada del grupo NWA.
<http://2.bp.blogspot.com>



Grupo Naughty Bye Nature.
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/b/b6/Naughty_Bye_Nature.jpg



Graffiti de 2Pac.
http://c2.api.ning.com/files/n-uvKbiBXabnp7hNcmXt3eAezpJVDs6BK4*oCDeKF4OcrdRnv6By2qZZaDit9DthtDqk1ihWUpH7-MXCspzFbykxm8h-Ddl6G/Tupac_Shakur_Graffiti.jpg



Graffiti de Notorious BIG.
<http://www.holamun2.com/files/images/mun2-images/news/daily-dos/daily-dos-life-after-death.jpg>

después de su asesinato debutó #1 en las listas de Billboard y vendió solo en Estados Unidos 8 millones de copias y 28 millones en el resto del mundo. El caso de Tupac y Notorious causó un gran escándalo y tuvo gran trascendencia en la comunidad del hip-hop en la que se convirtieron en iconos del género altamente admirados tanto por su música como por su estilo de vida. Tupac es el rapero que más ha vendido en la historia del Hip-Hop, con 50 millones de copias en Estados Unidos y 80 millones en el resto del mundo, registrado por El Libro del Record Guinness.⁹

Sus letras se hicieron famosas por su contenido poético y emocional acerca la violencia y la pobreza, sobre vida en los ghettos y el racismo. Y a diferencia de la mayoría de raperos gangster California- nos Tupac también habló acerca de temas políticos, económicos y de igualdad racial.

Bajo el mandato del demócrata Jimmy Carter, 1977-1981, la recesión económica provocó un aumento en la pobreza y deterioro de las condiciones de vida en las ciudades, y durante el la década de los ochentas y principios de los noventas con

las administraciones conservadores de los republicanos Ronald Reagan, 1981-9, y George Bush padre, 1989-93, la situación empeoró. La administración de William Bill Clinton, 1993-2001, no mejoró la situación. Más compasivo en apariencia que sus dos predecesores, las reformas de Clinton con mejoras al sistema de salud fueron bloqueadas por la mayoría republicana en el congreso la naturaleza conservadora de la opinión pública estadounidense.¹⁰

A pesar de la situación económica, durante los ochentas y noventas muchos afroamericanos disfrutaron un estilo de vida de clase media pero no todos corrieron con la misma suerte. Durante los noventas un tercio de las familias afro americanas vivieron en condiciones de pobreza, mientras que sólo el 10 por ciento de las familias caucásicas estaban en esa situación.

En los guettos o suburbios de las ciudades los niveles de drogadicción y crímenes con violencia aumentaron considerablemente, causado por el deterioro de la infraestructura social. En 1990, 610,000 hombres afroamericanos entre los veinte y los treinta años (un cuarto de toda

⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tupac>

¹⁰ Verney Kevern (2003) African American and US Popular Culture: Routledge Taylor & Francis, Estados Unidos.

la población de hombres afro americanos entre este rango de edad) estuvieron en la cárcel o bajo arraigo, en comparación a los 436,000 hombres afroamericanos entre el mismo rango de edad que tuvieron acceso a educación superior.

Bajo las administraciones de Reagan y Bush los arrestos violentos por parte de policías contra afroamericanos y latinos eran frecuentes, puesto que eran tratados como criminales violentos por su origen étnico. Historias de actitudes racistas, exceso de autoridad y enfrentamientos con las fuerzas públicas en comunidades afroamericanas y latinas eran a menudo expuestas en los medios de comunicación que jugaban un papel importante en la percepción generalizada de ver a jóvenes afroamericanos y latinos como delincuentes.

Limitados en escala, las organizaciones de odio racial aprovecharon con rapidez la aparición del Internet donde para finales de los noventa se habían creado cerca de 250 sitios para propagar su ideología y organizarse como grupos articulados a través de todo EU.

Durante la década del noventa y gracias a los medios masivos de comunicación, junto con el mayor acceso a Internet como medio libre de intercambio de archivos, el hip-hop como cultura urbana crece por todo el mundo generando una gran cantidad de músicos y artistas urbanos, globalizando un estilo de vestir hablar y actuar que se mutó con las distintas culturas y lenguajes del mundo. Especialmente en Europa que desde los años ochenta en países como Inglaterra, España, Francia y Alemania ya existía una escena local fuerte, el Hip-Hop se establece como una de las tendencias culturales juveniles más importantes que también paulatinamente se arraigó fuertemente en Latinoamérica y el resto del mundo donde se desarrollaron una gran variedad de códigos y conductas locales. Y donde es claro que el estilo norteamericano fue el que marcó un mayor patrón de influencia en cuanto a forma y

estética. Debido a esto, las grandes compañías decidieron incorporar la imagen hip-hop en sus productos para atraer a mayor número de consumidores, especialmente los jóvenes. Esto desató la producción de una gran cantidad de artículos como ropa, videojuegos, películas y campañas publicitarias y políticas que incorporaron, graffiteros, break dancers, DJ's y MC's para plasmar un estilo urbano a su imagen, por lo que en los noventa los 4 elementos de la cultura Hip-Hop tuvieron un gran crecimiento a una escala mundial mayor. Esta popularidad global de la cultura hip-hop resultó en parte de los avances tecnológicos y massmediáticos por los que atravesaba un mundo globalizado donde trascendió en gran medida el poder que los medios alcanzaron durante esa época principalmente el Internet, trascendiendo la barrera racial que lo caracterizó la primera mitad de la década del ochenta.

A pesar del gran auge internacional de la escena en la primera mitad de la década del noventa, la música Rap estadounidense continuó siendo la más prolífica y la que alcanzó mayor éxito comercial. Donde a pesar de contar con una alta base de seguidores blancos, el epicentro de la actividad musical seguía estando en las comunidades de negros y latinos estadounidenses.

Con la excepción de los Bestie Boys, las incursiones de Mc's caucásicos en EU no tuvieron ninguna trascendencia, hasta que en 1990 llega un nuevo rapero blanco que con una coreografía distintiva y letras inofensivas alcanzó mayor éxito comercial que los Beastie Boys. Vanilla Ice, que aunque alcanzó una gran venta de discos y protagonizó su propia película, nunca obtuvo el gusto de la comunidad del Hip-Hop y es el primer ejemplo de varios que le precedieron de artistas que retomaban la estética y estilo musical de movimientos contraculturales con un enfoque comercial, que aunque obtienen gran popularidad no logran un reconocimiento musical o artístico y se convierten en fenómenos

pop, con carreras musicales cortas y sin influir en la comunidad cultural de la que toman su estilo.

En la década de los noventa existieron casos aislados de raperos blancos con éxitos comerciales y aprobación de la comunidad Hip-Hop, como fue el caso del grupo House of Pain que con el éxito "Jump Around" en 1992, que presentaban un estilo altamente bailable y mucho más auténtico que Vanilla Ice, pero al no tener otro éxito igual su carrera duró poco por lo que el vocalista Everlast siguió su carrera solista con estilo un tanto alejado del Rap. Esto hacía pensar que no funcionaba la fórmula del rapero blanco, hasta la aparición de Eminem un MC de Detroit que con su álbum debut "The Slim Shady LP" producido por la leyenda del rap Dr Dre vendió tres millones de copias convirtiéndose en un éxito inmediato. Su segundo álbum "The Marshall Mathers LP" vendió dos millones de copias la semana que fue lanzado convirtiéndose en el disco de rap que más rápido se ha vendido en la historia del género, además de ganar un Oscar en el 2003 por la banda sonora de la película "8 Mile" que el mismo protagonizó, siendo también el primer rapero en ganar este galardón.

El éxito de Eminem se debe además de a su talento como MC, a el apadrinamiento de Dr. Dre y la comunidad Californiana de Rap que le dieron legitimidad a su propuesta y calidad a su música. Aunque Eminem era explícito, vulgar y agresivo en sus letras, no tenía un contenido político directo y no representaba una amenaza más allá de censurar groserías e insultos, por lo que fue perfecto para la radio y TV. Aunque Eminem no era más excéntrico ni vulgar que otros raperos, los medios y los sectores más conservadores de la sociedad norteamericanas se escandalizaron por el hecho que lo decía un joven blanco, por lo que es claro que el mayor factor que propició el gran éxito alrededor de él fue su imagen. Al ser hombre blanco, joven,

de ojos azules, era la imagen perfecta para vender cualquier producto, en una sociedad racista llena de clichés como la norteamericana donde como vimos anteriormente que existe un prejuicio negativo sobre las minorías raciales promovida por los medios, es claro el porqué la combinación que presentaba Eminem resultó tan atractiva y controversial en un mundo globalizado.

El éxito de Eminem fue parte de un boom del Hip-Hop a finales del siglo XX en el que crecía cada vez como en un negocio altamente rentable y con una gran influencia en todos los círculos sociales no solo en los mercados estadounidenses sino en todo el mundo. El Rap se convirtió en un género muy popular en los clubs nocturnos de todas las clases sociales por todo el mundo, en el que elevó su potencial comercial al ser un género bailable con contacto físico y con contenido sexual, de consumo de drogas y alcohol explícito, que lo hizo muy atractivo para los jóvenes de todas las clases sociales. Esto dio origen a estilos como el "Crunk" generado al sur de los EU que es un rap agresivo para clubs norteamericanos con alto contenido sexual, de alcohol y drogas.

La década de los noventa se caracterizó también por una gran fusión del Hip-Hop con otros géneros musicales donde se desarrolló una gran cantidad de subgéneros híbridos del Hip-Hop, que junto con la influencia de ritmos y lenguajes locales, generaron matices influyeron en gran forma otros géneros como el pop, el Jazz, el funk o el dancehall jamaicano y generaría el nacimiento de géneros nuevos, como el "Drum & Bass", el "Bass Music", el "grime" en Europa, el "reggaeton" en el Caribe o el "glitch-hop" más recientemente entre otros. Que junto con el perfeccionamiento y accesibilidad de software y aparatos de música electrónica, propiciaron una gran cantidad de producciones por todo el mundo. La gran gama de estilos y tendencias influenciadas por la cultura Hip-Hop

dentro de las áreas urbanas, implicó que a finales de la década del noventa el término de cultura urbana o callejera, englobara un gran número de géneros musicales, deportes, moda y expresiones artísticas en la que la estética Hip-Hop, sería el común denominador.

En especial en este análisis me parece claro que la estética y estilo de la cultura Hip-Hop estadounidense influyó de gran forma a la cultura pop americana y como efecto de la globalización como fenómeno social, obtuvo un gran impacto en las expresiones culturales juveniles por todo el mundo.

Sin duda la cultura Hip-Hop con todas sus variantes expresivas fue un fenómeno mundial sin precedentes por la gran cantidad de sectores geográficos y culturales en los que llegó a ser parte de la cultura local. Principalmente los jóvenes de los sectores urbanizados, se vieron altamente influidos por la estética extranjera que

sincretizaron con sus lenguajes y costumbres para crear su identidad y expresiones artísticas. Pero se trata de una expresión cultural donde el factor más importante es determinado por el contexto económico y social en el que se desarrollan los jóvenes en un momento histórico donde los medios masivos de comunicación adquieren un papel central en la cultura popular. Por ello, se requiere analizar la globalización como un fenómeno que tiene un impacto determinante en distintas áreas, con consecuencias culturales de diferente magnitud que nos permite entender el impacto social de las culturas en resistencia a finales del siglo XX.



Fotograma del filme Style Wars. Henry Chalfant, E..EU.U, 1983.
<http://www.kinosvetozor.cz>

2.3 La globalización como contexto político y social de la cultura urbana moderna en las décadas del 80 y 90.

2.3.1 Antecedentes.

Como lo analiza Dorantes en su tesis *El debate sobre la globalidad: Orígenes, formulaciones y la visión económica alternativa* (2008). Durante la década de los setentas, Estados Unidos debido a una larga guerra con Vietnam, se agotó y desgastó financiera y políticamente, lo cual provocó una crisis en el mercado internacional debido a la convertibilidad de la gran cantidad de dólares que circulaban en el mercado internacional, que ya desde 1960 excedían las reservas de oro, y como consecuencia la economía mundial entró en crisis, debido a una caída en la rentabilidad del capital (u oportunidades de beneficios), llevando a sus poseedores “a cambiar el destino principal de su búsqueda de ganancia, pasando de la esfera productiva hacia la financiera, incrementando la actividad especulativa”.

Los países productores, que tenían una gran cantidad de dinero, lo depositaron en bancos occidentales. Para manejar tales sumas, llegadas en tan poco tiempo, sin poder canalizarlas a los países desarrollados por encontrarse en recesión, los bancos decidieron reciclarlas por medio de préstamos de capital a los países en “vías de desarrollo”, principalmente en América Latina, Africa, Europa del Este y a una gran cantidad de países con la necesidad de fondos para poder iniciar su proceso de industrialización.

Con el alza de los precios del petróleo, muchos de estos países, cuyas rentas dependían de la exportación de materias primas, vieron disminuir sus ingresos al mismo tiempo que subía el precio de sus importaciones; por tanto, tuvieron grandes dificultades en su balanza de pagos que se vieron obligados a cubrir con presta-

mos otorgados por las grandes potencias y que los colocaron en una situación de dependencia económica. Así, con un sistema agiotista promovido por los organismos financieros internacionales como El Banco Mundial, se provocó un gran endeudamiento de los países tercermundistas que debieron ceder en su autonomía para ser sujetos de crédito. A partir de 1968 aumentó notablemente la cantidad de préstamos otorgados a estos países. De acuerdo con cifras proporcionadas por Millet y Toussaint, el Banco “de 1969 a 1973, acordó más préstamos que en todo el periodo de 1945-1968”. En consecuencia, durante los setentas, varios países del tercer mundo se endeudaron tanto como pudieron para financiar proyectos de desarrollo, que impulsaban los gobiernos afines a las políticas estadounidenses, y que en la mayor parte de los casos, terminaban en las cuentas de bancos de funcionarios, empresarios y políticos corruptos.

Tal endeudamiento masivo de los países subdesarrollados constituye el origen de lo que sería la crisis de la deuda externa en la década de los ochenta, que en América Latina sería conocida como “la década perdida”. Para hacer frente a la crisis, los países del Tercer Mundo tuvieron que abandonar su modelo de desarrollo por sustitución de importaciones y empezar a producir para la exportación, sacrificando el consumo interno y la atención a las necesidades propias, a través de la adquisición de divisas extranjeras. De tal suerte que se generó un círculo vicioso: al aumentar la producción de materias primas con el fin de exportarlas, el mercado internacional se saturó. Al no aumentar la demanda se generó una sobre oferta, que a su vez provocó una caída drástica de los precios de las materias primas.

Es así que la década de los setenta fue definitiva para el desarrollo de la economía internacional, que a raíz de dos crisis profundas entró en una recesión, derivando en su reestructuración profunda.

Ningún país salió bien librado de ellas: los países de Tercer Mundo llegaron al fin de la década altamente endeudados y sin posibilidad de pagar sus deudas, lo que los hizo más vulnerables, disminuyendo sus posibilidades de progreso, que se vieron gravemente mermadas, por lo que una gran cantidad de países se volvieron económicamente más dependientes.

La principal consecuencia de las dos crisis mencionadas fue el fortalecimiento de lo que se caracterizó años más tarde como la “contrarrevolución neoliberal”, cuyo resultado sería el inicio de lo que Berthoud (1991) llama la era de la “Nueva Derecha” o la “Revolución Neoconservadora”. Esta revolución, que tuvo su apogeo en la década de los ochenta, logró que la política en su conjunto se desplazara hacia la derecha.

La Revolución Neoconservadora-liberal en los países desarrollados, dice Peet (1999), motivó un cambio radical hacia un nuevo paradigma, que se extendió por todo el mundo con la puesta en práctica de las teorías neoliberales, surgidas como oposición al Keynesianismo y a las teorías del desarrollo. La noción de globalización tuvo su origen en el ámbito de las ciencias de la comunicación y estudios estratégicos, pero tuvo una mayor aplicación en el ámbito de la gestión empresarial, que lo usó para describir las nuevas formas de funcionar de las empresas a nivel mundial a raíz de distintos cambios que incrementaron las posibilidades de su desarrollo.

2.3.2 El modelo neoliberal en las décadas del ochenta y noventa.

Las décadas del ochenta y noventa se caracterizaron, por la implantación global y desarrollo de un modelo económico impulsado por la clase conservadora conocido como neoliberalismo, se trata de un tipo

de capitalismo que en esencia lo que indica, es una renovada fe en los principios, concepciones y paradigmas (cosmología) filosóficos e ideológicos de los economistas liberales clásicos del siglo XVIII, Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill”. Los neoliberales, en consecuencia, abogan por las virtudes del libre comercio, la propiedad privada, la defensa del individualismo y la eficiencia y sacralización de la mano invisible del libre mercado, es decir la fe absoluta en el poder del mercado para resolver los problemas del desarrollo mundial y la desaparición del Estado como órgano regulador de la vida social y mecanismo de solución de las diferencias entre las distintas clases sociales.

Como explica Peet, el Neoliberalismo como teoría económica surge de tres fuentes ligadas entre ellas: en primer lugar, de las teorías económicas monetaristas del Milton Friedman Premio Nóbel de la Escuela de Chicago en los Estados Unidos y del Instituto de Asuntos Económicos en Inglaterra, quienes aseguraban que “los problemas macroeconómicos como la inflación y el endeudamiento derivaban del gasto excesivo del gobierno, lo que aumentaba la cantidad de dinero circulando en una sociedad”; punto de vista secundado por Schuurman (citado por Dorantes, 2008), cuando afirma que “la interferencia del Estado en los mecanismos del mercado era considerado inefectivo, contraproducente y básicamente inconsistente”. Al abogar por un cambio drástico en el enfoque de las políticas del desarrollo económico, el nuevo paradigma sería puesto en práctica con el arribo al poder de los conservadores Margaret Thatcher, conocida como la “Dama de Hierro” en Inglaterra; el actor hollywoodense Ronald Reagan en Estados Unidos y el demócrata cristiano Helmut Kohl en la República Federal de Alemania. Tampoco las instituciones económicas supranacionales, el FMI, el BM y el GATT, quedarían ajenas a esta nueva ideología y sus formulaciones,

la cual repercutiría también en su visión y objetivos en la década siguiente.

Estas políticas dieron como resultado que los estados disminuyeran el gasto en educación, salud, empleo, vivienda y alimentación para que las grandes empresas invirtieran en rubros que se consideraban responsabilidad del Estado. De tal forma el mundo entero se vio inmerso en una política económica global que ahondó las desigualdades entre los países ricos y los países pobres.

Hubo que transitar por varias décadas, hasta inicios de los noventa a raíz del desmoronamiento de la Unión Soviética, para que se retomara el proyecto de un mundo unificado bajo un solo mercado, dando inicio a una nueva fase hacia la “globalización” de la economía de mercado. En contraste, los críticos de este nuevo arreglo económico mundial afirman que ni es auténticamente global, y mucho menos el inicio de un nuevo orden mundial pacífico, igualitario y próspero, como los directamente interesados quieren hacer creer. En Latinoamérica, fueron los llamados tecnócratas los promotores del proyecto neoliberal, que con dictaduras y gobiernos represores apoyados por Estados Unidos, endeudaron a sus países e impusieron políticas privatizadoras que en su mayoría deterioraron el nivel de vida de la gente.

Así, junto con las emergentes tecnologías informáticas se estableció un modelo de desarrollo que se impuso en la mayor parte del mundo generando un fenómeno con repercusiones culturales y sociales que se denominó como globalización. Una primera aproximación al fenómeno de la globalización proporciona la impresión de que nos hallamos ante un fenómeno tremendamente complejo, cuyo alcance incorpora aspectos económicos, tecnológicos, mediáticos, financieros, sociales y culturales y políticos. La globalización puede ser descrita como la tendencia hacia una creciente interconexión e interdependencia del conjunto de países y sociedades

del mundo, pero que se impulsan gracias a un modelo económico global. Rápidamente surge el añadido de la connotación económica, al observar que dicha creciente interacción o integración se produce de manera muy relevante al nivel de intercambio entre las economías de distintas naciones, circunstancia que, a su vez, tiene su causa en el incremento del comercio internacional y de los flujos de capitales. Pero donde es claro que el rápido incremento de intercambios comerciales y de flujos financieros incorpora también cuestiones o aspectos de índole social, cultural y, por supuesto, tecnológica.

En síntesis, lo que se denomina como orden global de la posguerra fue concebido en términos de un mercado mundial unificado”, que se sustenta en la noción de que el comercio y las comunicaciones “pueden poner fin a la hostilidad y la guerra”. Y es en esta época en que Estados Unidos se fragua como el eje central en el proyecto de “unificación” del mundo, tanto en lo económico como en lo político, de forma que beneficiara a sus propios intereses. En esa misma época se logró entre los líderes políticos y económicos de los países desarrollados y los que estaban “en desarrollo” o en “vías de desarrollo”, un relativo consenso en torno a la idea de que el bienestar económico debía de ser considerado un fin en sí mismo para toda la humanidad”. Es decir, se empezó a ver al bienestar material ya no como un modelo limitado por la cultura (culture-bound ideal), sino como un valor universal en sí mismo.

En consecuencia, el nuevo orden mundial se concibió bajo la primacía de los principios económicos, donde el “desarrollo se basa en la premisa de que todas las sociedades nacionales, sin importar su historia o cultura particular, se desenvuelven todas “de la misma manera, pero a ritmo distinto”.

Pero donde es el claro que el objetivo de este nuevo concepto fue justificar las dife

rencias económicas entre los estados, bajo la premisa de que tarde o temprano todos los estados acabarían logrando estadios similares de desarrollo. Esto dio lugar a un sistema que explotó de forma indiscriminada los recursos naturales y financieros, disparando los niveles de desigualdad y aumentando en gran forma problemas de índole social principalmente en los países pobres. Debido a la situación económica y política, junto con las guerras y guerrillas de las décadas del ochenta y noventa, se acentuó un empobrecimiento acelerado de los países del tercer mundo aumentando la escasez de recursos y la falta de empleos. Lo que incrementó la migración, principalmente de jóvenes de países tercermundistas que se ven forzados a migrar hacia los países altamente industrializados en busca de mejores oportunidades laborales.

A su vez, la creciente comunidad de migrantes a nivel mundial propició en gran forma el sincretismo cultural global, pues estas comunidades cada vez mayores en número e influencia, al regresar a sus países originarios introducirían códigos y costumbres que se mezclaron y arraigaron con la cultural local. Ejemplo de esto son las pandillas de latinos y centroamericanos en EU, principalmente la M18 y la Mara Salva trucha. Debido a las guerras y guerrillas de los años de los ochenta y noventa, principalmente en Centroamérica se incrementa en gran número los jóvenes latinoamericanos que emigran hacia EU, primordialmente a California. Ahí, gran número de jóvenes se incorporan a la subcultura callejera de las pandillas de latinos de la costa oeste de EU, que adquieren gran popularidad y presencia, pero debido a sus actividades delictivas gran parte de estos pandilleros son deportados a su país de origen, donde encuentran un ambiente favorable y reactivan sus grupos con gran popularidad principalmente entre los adolescentes, haciendo local un fenómeno que unos años atrás era completamente ajeno a la comunidad.

Dentro del análisis de la globalización como homogenizador cultural, me parece que el papel de los medios masivos de comunicación es el que ejerce mayor influencia en las culturas locales por lo que revisaremos sus características más importantes.

2.3.3 La Globalización y los medios masivos de comunicación a finales del siglo XX.

Debido a los avances en tecnología de la información, la globalización implica la desconexión de las nociones de espacio y tiempo, ya que el componente de inmediatez temporal o instantaneidad que aportan las modernas tecnologías de las comunicaciones posibilita la interconexión en tiempo real del espacio con una creciente accesibilidad. En este sentido vemos la globalización como un proceso en el que la distancia geográfica se convierte en un agente menor en el planeamiento y establecimiento de relaciones de poder unilateral de carácter económico y mediático que afecta el orden político, social y cultural. Y que mantiene un sistema de monopolios que homogenizan los valores, y remplazan en distintas escalas las costumbres e identidades locales.

El proyecto capitalista impulsado a finales del siglo XX implantó, a través de los medios, un modelo de sociedades consumistas basado en gran parte, en la cultura popular norteamericana, que necesita repetirse para su propio sostenimiento y auto reproducción. Aquí las relaciones y valores sociales se basan en individuos descontextualizados, que tienen como principal función la posesión de bienes y la búsqueda del bienestar a través del consumo. La posesión de estos bienes otorga al individuo un sentimiento de poder y un status social, ciego a las necesidades de la sociedad y a su contexto histórico.

Sobre todo la industria de la TV a través de las grandes corporaciones multinacionales, adquirieron paulatinamente un alto nivel de influencia principalmente en los países occidentalizados. Por esta razón el Internet emerge como una gran opción para las expresiones culturales e ideológicas alternativas que usualmente no encuentran espacios en los medios masivos como la TV.

El capitalismo globalizado propaga sus propios medios mercantilistas y de información que están al servicio de la cúpula que maneja el poder del capital y donde sus actividades no atienden a las necesidades culturales y expresivas de la sociedad, sino son sólo los intereses individuales de los grandes monopolios que intentan legitimar los privilegios de los grupos en el poder, al mismo tiempo que tiende a apropiarse de cualquier expresión alternativa que pueda ser mercantilizada.

Las nuevas tecnologías se han ido incorporando en más aspectos de la vida cotidiana y han generado transformaciones culturales importantes que han afectado de gran forma las costumbres y los estilos de vida de las sociedades modernas. Esto ha generado una acentuada transformación en la cultura popular de la sociedad global, donde la cultura de consumo, que prioriza la inmediatez de la compra “aquí y ahora”, da la espalda a los movimientos culturales o políticos que no ofrecen un nivel de comercialización masiva sin importar su valor histórico o artístico.

De esta forma vemos la globalización como un fenómeno complejo donde las políticas de comercio internacional, el movimiento libre de capitales a través de mercados financieros interconectados altamente estructurados y sofisticados, las incesantes innovaciones en materia de tecnologías de la información y de las comunicaciones y las técnicas de marketing, comercialización y distribución, global, han dado lugar a una dinámica social y cultural con características y valores similares. En

donde las culturas alternativas como el graffiti y demás expresiones parte de la cultura urbana moderna, al ser absorbidas por el marketing y el mundo de consumo adquieren un arma de doble filo puesto que se popularizaron de gran forma por un lado, y por otro, se ven afectadas ante la censura y la pérdida de raíces al presentarlas con una cara comercial inofensiva y sin una actitud rebelde.

A la vista de todo lo anterior surge la inquietud de cómo la globalización afectará los procesos culturales alternativos en el siglo XXI, donde es muy complicado prever, y en qué medida, sus efectos en aspectos tan dispares. Después del colapso del modelo económico a principios del siglo XXI, surgen varias interrogantes de cómo evolucionara el modelo económico y su influencia cultural. Por lo que me parece un tema de estudio importante en futuras investigaciones que nos ayudarían a entender de mejor manera los procesos sociales con los que se conformarán las expresiones contraculturales futuras. A continuación revisaremos las nuevas tendencias de la cultura urbana en la primera década del siglo XXI y su relación con los momentos históricos que hemos venido revisando.

CAPITULO III

EL GRAFFITI A PRINCIPIOS DEL SIGLO XXI Y SU IMPACTO EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.

3.1 El postgraffiti y la cultura urbana a principios del siglo XXI.

El graffiti en la década del noventa vivió un gran desarrollo en el marco de la gran popularización de la cultura urbana que, entrando al siglo XXI, se caracterizó por la gran diversidad de tendencias con las que se fusionó. Los distintos estilos y técnicas que se desarrollaron, indujeron a que muchos artistas decidieran distanciarse del término de graffiti por su asociación con los estilos norteamericanos característicos del movimiento de graffiti hip-hop o graffiti old school, que fueron los estilos con mayor influencia en letras de bombas y piezas predominantes en las décadas del ochenta y noventa. Para finales del noventa, gran parte de la actividad ilegal de la vieja escuela en EU, se había centrado en el graffiti de trenes alejándose gradualmente de los muros en las calles. Que junto con el aumento de la represión, el acoso de la policía y sentencias específicas para los graffiteros por todo el mundo provocó la incursión de nuevas técnicas mas rápidas y accesibles ampliando el panorama estético del graffiti ilegal.

Junto con el término de cultura urbana, para principios del siglo XXI, el término de arte urbano se asocia con todas las incursiones artísticas en espacios comunes de las zonas urbanas. Esta denominación nace con la incursión de distintas técnicas y estilos dentro de la gráfica plasmada deliberadamente en las calles, junto con la gran apertura de galerías y museos a

trabajos de graffiteros, así como la gran diversidad racial en la cultura urbana a finales del siglo XX. Todo ello provocó que gran número de artistas callejeros incorporaron estilos sumamente distintos donde se empezaron a introducir los términos de postgraffiti o neograffiti especialmente en Europa, para etiquetar un gran número trabajos de intervención urbana.

Como lo aborda Luis Bou en el libro "Street Art", esta nueva generación de artistas de graffiti intenta buscar una naturaleza más amplia y compleja que la del movimiento de hace treinta años, congruente con la gran diversidad de tendencias actuales. Esta evolución, que busca un renacimiento o reinención constante, es producto de la naturaleza creativa del contexto en el que los jóvenes se desarrollan, de las innovaciones tecnológicas y de la influencia de los medios. Estas circunstancias han impactado los estilos y técnicas para las intervenciones callejeras donde el uso de la computadora y la incursión de una gran variedad de pintura y productos fabricados exclusivamente para graffitear, han diversificado los horizontes estéticos del graffiti, ejemplo de esto son las compañías de pintura Montana de España y Belton de Alemania, que empezaron a producir pintura en aerosol enfocada a los artistas de graffiti, esta pintura obtuvo gran éxito internacional debido a la calidad de

la pintura y los tonos de color más amplios e intensos.

Aunque la pintura en aerosol sigue siendo la herramienta principal de los artistas de graffiti contemporáneos, la variedad de técnicas y materiales utilizados en la actualidad es bastante extensa como pinturas de una gran variedad, la incorporación regular de pinceles y brochas, aerógrafo, marcadores, crayones de cera, piedras de azúcar, estampas, carteles, mosaicos, y el graffiti escultórico o de instalación en los espacios urbanos, con artistas con propuestas novedosas como los franceses Akroe, KRSN, Monsieur André, HNT, Stak entre otros.

Otro cambio importante adoptado por los artistas callejeros actuales, es la omisión de autoría en sus obras, que aunque muchas veces son firmadas incluso con direcciones de páginas web, e-mails y hasta teléfonos, en varios casos sobre todo en calcomanías, stenciles y carteles, el autor opta por el anonimato. De esta forma vemos como el graffiti evoluciona como un movimiento artístico cambiante, que se transforma a consecuencia de los cambios sociales, políticos y culturales en los que viven los jóvenes de las sociedades modernas.



INVADER.
Shove, Gary. (2008). UNTITLED,
STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE. p.171. Edit. Pro-Acif Communications. UK.



JACE
Gnatz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 213 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



Graffiti escultórico o de instalación por BANKSY.
(2005) *Banksy. Wall and Piece*. p. 213 Edit. Century, UK..



Graffiti escultórico por AKROE, 04/10/07.
<http://kanardo.files.wordpress.com/2007/10/akroe.jpg>



Variedad de pinturas Montana.
Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 77. Edit. Thames & Hudson, UK.

El modelo del graffiti neoyorquino, que es la base del graffiti hip-hop, se basa en la distorsión de las letras, pero desde el graffiti de la vieja escuela han surgido gran cantidad de estilos nuevos que han ampliado y diversificado la estética de las letras hasta abarcar una gran gama de formas tipográficas como: el estilo blockletter que consiste en mayúsculas de gran legibilidad; el estilo wildstyle (estilo salvaje), con car-

acteres distorsionados y entrecruzados; el estilo bubble style (estilo burbuja o bomba); y el estilo 3D o tridimensional que emplea bloques y perspectivas encontradas, son de los estilos más generalizados. Pero los artistas de la nueva escuela han innovado los estilos neoyorquinos en una gran abanico de variantes, combinándolos entre si, exagerándolos y generando nuevas variantes estilísticas.



SINER, Los Angeles.
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 102
Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



DAIM.
<http://repo.sneak.co.nz/image/630/630/0/fff/repo-images/daim-3d-graffiti-1.jpg.jpg>



Grupo SP, Paris.
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, pp. 288 y 232 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



LEGZ, Paris.



SPOT y STACK.
http://keusta.net/blog/images/graffiti/charenton/Spot_Stack_battle_big.jpg



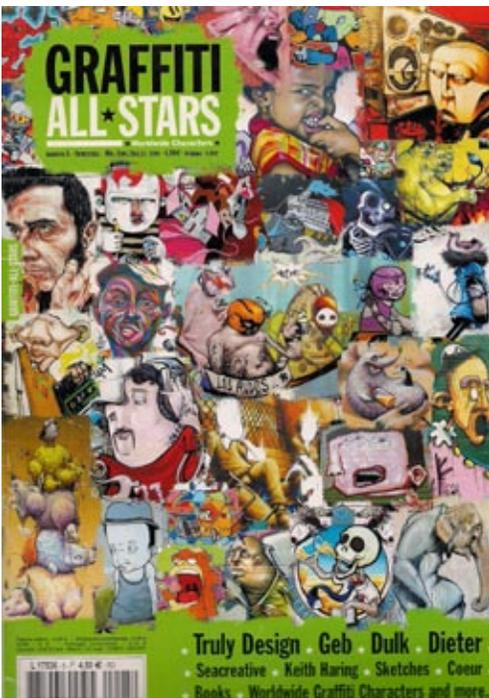
BATES, Sidney 09.
<http://www.ironlak.com/images/family/bates/bates-graffiti-ironlak-09.jpg>



SUPHER.
http://farm4.static.flickr.com/3361/3252448386_62101d210f.jpg - wildstyle supher.jpg

Los personajes que comenzaron siendo elementos complementarios de las letras, con el tiempo se definirían como un género dentro del graffiti conteniendo todo estilo posible, desde personajes de comic, caricaturas, personajes abstractos hasta caracteres con gran fotorrealismo. Los personajes han sido una parte elemental de graffiti desde los años ochentas, los artistas han sido influenciados por elementos de la gráfica moderna desde los inicios de graffiti por lo que el comic, las caricaturas, los juegos de video, las películas y demás elementos de la cultura comercial se han fu-

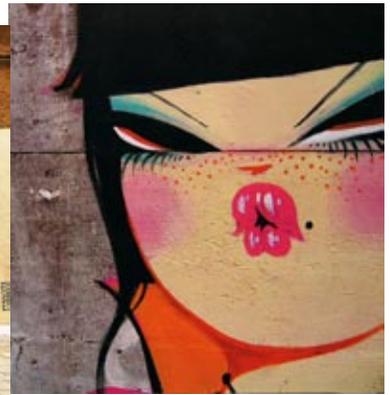
sionado como elementos gráficos del punk, el skate, el hip-hop y demás subculturas urbanas que han generado un sinnúmero de monstruos, héroes, villanos, políticos, celebridades y personales abstractos que interactúan con los transeúntes de las ciudades por todo el mundo. Muchos artistas utilizan como distintivo uno o varios personajes convirtiéndolos en sus alter egos a símbolo de tagg como las chicas de Miss Van, los personajes sencillos de Freakklub, los peces de Pez o los personajes icnográficos de Keith Haring.



Revista *GRAFFITI ALL STARS* Agosto 2009. Número especial dedicado Iso personajes.



BIZARE
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 145. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



MISS VAN.
Bou Louis. *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p. 35. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.



A la izquierda: **CRAOLA.**
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 48. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



OS GEMEOS
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, pp.85 y 119. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



VITCHE

El movimiento en la actualidad ha innovado en gran manera al mundo del graffiti internacional con la adopción de nuevas técnicas y estilos ajenos al graffiti hip-hop y que ganaron gran popularidad como es el graffiti de logo y de icono, que se especializa en emblemas y figuras sintéticas, muy utilizado en calcomanías, stencil y carteles.

El llamado stick art o arte de estampas, es sin duda una de las técnicas más rápidas y discretas dentro del arte urbano. Pintados a mano o hechos en computadora e impresos en laser, la calcomanía o sticker ofrece una gran libertad al autor en cuanto a técnicas para desarrollar su idea, diversos en estilo, material y tamaño la estampa adherible puede ser tanto un caracter de gran tamaño, comparado al de un masterpiece, como una calcomanía que podría ser considerada un tag semi-industrializado. De esta forma encontramos desde los stickers rudimentarios hechos con fotocopias hasta impresiones laminadas y tintas fluorescentes.

Así, dentro del arte de stickers se utilizan una gran gama de técnicas de impresión y de pegado de imágenes que van desde cualquier tipo de calcomanía, papel auto adherible, mosaicos hasta cualquier tipo de imagen pegada en las calles con engrudo o pegamentos industriales. El impacto visual de imágenes de gran escala es mayor a la de las calcomanías de menor tamaño, pero como en este rubro el graffiti se liga estrechamente con la industria de las artes gráficas, la utilización de papeles y técnicas de impresión llamativas son herramientas que puede utilizar el artista para incrementar el impacto de su obra. El pegar estampas y porters en espacios públicos ha sido un medio que diversos despachos de diseño y corporaciones han utilizado para promocionarse. Debido a la utilización de la computadora como herramienta de muchos diseñadores ésta ha adquirido relevancia como medio para expresarse más libremente, pero también ha sido un recurso que han utilizado compañías para publicitarse.



Calcomanías y carteles.

Bou Louis. *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p. 61 y 62. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.

El estencil o planilla se ha convertido en una técnica sumamente popular por los artistas callejeros de todo el mundo debido a la rapidez y de su aplicación y a la calidad de imagen que plasma. La técnica de estencil o planilla consiste la utilización de una brocha o un aerosol para pintar imágenes y/o palabras mediante una planilla hecha de gran cantidad de materiales como micas, cartones, cartulinas, papel kraft, radiografías etc.. y ha dado lugar a un género dentro del arte urbano con varios artistas que han desarrollado un estilo propio con gran impacto e influencia en el movimiento de graffiti. El origen del stencil moderno se remonta a París a principios de los noventas con intención de distinguirse del graffiti neoyorquino, que era el estilo más popularizado de graffiti en esa época.

El estencil ha estado más vinculado imágenes con crítica social y política debido al alto contraste característico en la gráfica de los movimientos de protesta de los sesentas y setentas y del movimiento punk anarquista. Como resultado de sus cualidades técnicas y estéticas, el stencil es ahora un medio sumamente popular en los escritores modernos que mezclan diversas imágenes e iconos de la cultura popular, combinándolos con distintas leyendas o situaciones que causan gran impacto en los espacios urbanos, debido a la facilidad y rapidez de su aplicación es ideal para las ciudades con mucha vigilancia y represión. Por esto el stencil es la técnica de graffiti moderno que más se asocia a mensajes con contenido político, potencializando esta técnica como herramienta contracultural.



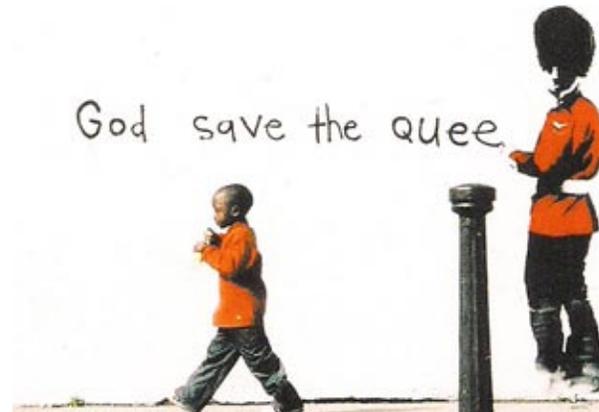
Esténciles.
Bou Louis. *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p.26. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.



Esténciles.
Bou Louis. *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p.27. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.

Estencil de ACAMONCHI.
Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 25. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.

Esténciles en la Ciudad de México.
Fotos: David Torres.



Piezas de estencil por BANKSY
(2005) *Banksy. Wall and Piece*. pp. 27,31,39 y 133. Edit. Century, UK.

Entre la gran cantidad de artistas de stencil anónimos, han surgido algunos que se han especializado en esta técnica, han sobresalido en sus localidades y han causado gran impacto en el mundo del arte internacional, ejemplo de esto es el artista alemán Bananensprayer Thomas Bamgartel que ha pintado sus plátanos en innumerables galerías y museos. Pero sin duda el artista de stencil más reconocido es el artista británico Banksy que con su estilo irónico con crítica política y social ha impactado al mundo a tal grado que algunas de sus esculturas/instalaciones y murales han sido subastadas hasta en 208.100 libras esterlinas (casi 275.000 €.)

y donde los adquirentes van desde empresarios hasta celebridades como Brad Pitt y Angelina Jolie. Banksy se ha convertido en el grafitero enigmático más famoso del mundo, el más cotizado, criticado, admirado, perseguido y comentado. También el más misterioso, escurridizo y silencioso. Ha llenado de sus pinturas el muro de Gaza; ha entrado disfrazado con barbas postizas, sombrero y gabardina en los más grandes museos del mundo para colgar obras suyas llenas de un humor y cinismo, ha hecho exposiciones multitudinarias en Los Ángeles, por lo que se ha convertido en un artista de culto considerado por muchos el artista urbano contemporáneo más influyente en la actualidad.

El graffiti recibió atención del mundo “reconocido” del arte cuando en Junio del 2000 la casa de subastas Guernsey’s en Nueva York, efectuó una substanciosa subasta con piezas de graffiti. Writers de todo EU y de distintas épocas mostraron y vendieron su trabajo a través de la misma casa de subastas de Nueva York que manejó algunas de las más grandes subastas para artefactos culturales con calidad de museos. El catálogo del show es ahora un apreciado elemento de colección. Para ese momento, el graffiti había llegado a su cúspide resultado del movimiento ascendente que había iniciado desde mediados de la década de los ochentas, para el año 2000 continuaba conquistando nuevos territorios y se había ganado un espacio importante en el arte contemporáneo.

Así, el graffiti del nuevo milenio trasciende de sus propios límites estéticos para plantear nuevos discursos acordes con la gráfica popular contemporánea donde los medios mantienen una relación importante en las dinámicas de intercambio y alcance de la información. El graffiti como fenómeno global se consolida como un movimiento en el que los conceptos de cultura urbana y arte urbano toman fuerza y afectan a distintas áreas de la cultura institucionalizada. Ahora el epicentro, en cuanto a técnicas y corrientes, deja de ser EU y se centra en Europa debido a la gran cantidad de artistas activos, además del auge de publicaciones e investigaciones del ámbito académico realizadas desde diversas universidades y círculos artísticos que empezaron a estudiar y validar el arte urbano como forma auténtica de arte.



Cuadro de graffiti.
<http://media.photobucket.com/image/wild%20style%20graffiti/supertouchblog/DSC09330.jpg.jpg>



EL artista Jose Perla.
<http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008/07/tag-youre-it-graffiti-is-appearing.html.jpg>



Exposición de arte urbano Tag, presentada en Francia en 2009.
<http://world-graffiti.com.jpg>

3.2 Graffiti y publicidad.

Al mismo tiempo que el graffiti crecía en influencia con nuevas herramientas y conceptos, la publicidad incrementó su apropiación en diversos aspectos. Como vimos en el capítulo anterior, la relación del graffiti con los medios masivos de comunicación ha sido estrecha desde sus inicios, donde los grandes corporativos principalmente norteamericanos se dedicaron a extraer ganancias a través del legado del graffiti. Una gran cantidad de compañías incorporaron la imagen heredera de la cultura urbana en su publicidad lo que generó un gran mercado con la necesidad de artistas y diseñadores que llevaran la estética urbana a sus productos.

Debido a esto, muchos de los que empezaron como artistas de graffiti se convirtieron en diseñadores para grandes compañías de moda, de la industria del entretenimiento y hasta de partidos políticos, ejemplo de esto ocurrió en el 2003, cuando el candidato presidencial Howard Dean utilizó un fondo cubierto por completo con graffitis en el discurso que dio en Nueva York. El equipo de Dean utilizó esta imagen para vincularlo con una imagen asociada a las calles y los suburbios, más atractiva para los votantes jóvenes. Pero los oficiales se sintieron ofendidos pues creyeron que la imagen del graffiti asociada a la ciudad de Nueva York es negativa.¹¹

Así un gran número de artistas de graffiti crearon murales para tiendas y campañas, logos y decoraron un sinnúmero de artículos que forman más parte de la cultura de consumo manipulada por la industria comercial establecida. Aunque también los despachos de diseño gráfico conformados por ex graffiteros contribuyeron en un gran número de publicaciones y páginas web alternativas, ajenas al mundo corporativista además de participar también en la promoción cultural de expresiones ligadas a la cultura urbana como la música, el arte o los deportes callejeros.

Durante la década del noventa diversas compañías hicieron distintas ofertas a personas relacionadas con el graffiti para tratar de enfocar sus compañías con este estilo y atraer a jóvenes consumidores. Considerando que la mejor forma de adquirir credibilidad era contactando gente involucrada directamente con el graffiti, estas compañías estaban ansiosas de asociarse con el graffiti en cualquier forma y estilo posible.

Docenas de nuevas compañías lanzaron una gran variedad de productos relacionados con algún aspecto de la estética del graffiti. Tags en playeras, sudaderas y gorras se volvieron tan comunes como bombas o piezas impresas en la parte trasera de una lata de refresco. De esta forma, grandes compañías como Coca-Cola, Altoids, Nike, Reebok, McDonalds, Minicooper entre otras, gastaron cantidades exorbitantes de dinero en usar el graffiti o su estética para mejorar su imagen y ventas. Otros ejemplos de esto los vimos en el 2004 con las bombas que el artista CYCLE diseño para un anuncio publicitario de Burger King en la TV y la participación del artista SABER con su voz en un anuncio para la campaña de graffiti-centric Scion de Toyota en la radio.

Así, el mundo corporativo se ha apropiado de la estética del graffiti, utilizando imágenes relacionadas con el arte urbano que han sido lazadas constantemente en canales de TV como MTV y Comedy Central, en juguetes para niños, aparatos electrónicos, artículos de belleza e incluso publicidad en los baños utiliza este medio para promocionarse. De este modo, el mundo la cultura urbana se desarrola de la mano de las innovaciones del graffiti en los medios y la publicidad. En Nueva York, las piezas de graffiti old school se encuentran al lado de las tendencias más modernas como es el caso Reas y su compañía internacional Obey Giant que comercializan ropa, estampas, carteles y varios artículos relacionados a la cultura de la calle, y Michael De Feo, conocido

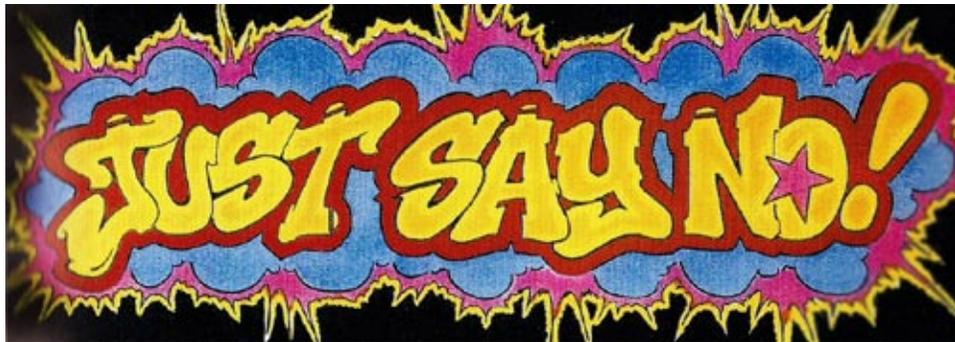
¹¹ Gastaman Roger , Rowland Darin, Sattler Ian. *Freight Train Graffiti* (2006).

como Flower Guy por los cientos de carteles con flores que ha pegado por toda la ciudad.

Con esto las características estéticas heredadas del graffiti abarcaron más influencia en medios y círculos de expresión que los que originalmente mantuvo, tanto en el muro como en los anuncios espectaculares, en los medios electrónicos como en los museos. En la actualidad el graffiti continúa evolucionando y creciendo rápidamente, muchos de los practicantes de graffiti continuaron su desarrollo creativo en trabajos relacionados con la imagen como el diseño o la publicidad, llevando la estética y estilo del graffiti callejero a otras plataformas y audiencias. Existe una audiencia constante que continuamente intercambia fotografías y vende artículos

coleccionables relacionados con el graffiti a través de páginas web como eBay. Libros y revistas continúan siendo publicados en diversos países y la escena del graffiti relacionada con la galerías de arte es activa, ejemplo de esto es el Corcoran Museum of Art de Washington DC que exhibe diversas piezas del Graffiti 1980 Studio en su colección permanente desde el 2003.

Si bien la relación del graffiti con la publicidad tiene aristas positivas, estudiar la naturaleza de los medios masivos de comunicación y su influencia en las sociedades modernas nos ayudará a entender las distintas implicaciones que la imagen adquiere en el proceso de comunicación.



Como parte de la campaña de Nancy Reagan "Say No to Drugs" (Dí no a las drogas) en 1984, los asesores de la campaña de la entonces primera dama de E.E.U.U. decidieron incorporar a el artista de graffiti neoyorquino ZEPHYR, para crear el arte de un cuadernillo que fue repartido en varias escuelas del país. Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* pp. 109. Edit. Thames & Hudson, UK.



Pieza de SCAM para la campaña de la colección de bolsas de Stephen Sprouse.
<http://hypesociety.files.wordpress.com/2009/02/louis-vuitton-skam-toronto-1.jpg>



Colección de bolsas de Luis Vuitton diseñada por el artista de graffiti Stephen Sprouse en 2001.
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html



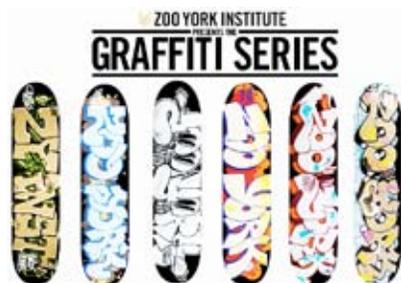
Colección de zapatos de la artista Matthieu Missiaen bajo la marca Ndeur.
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html



Vaso de vidrio decorado por el artista Angel Ortiz.
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html



Bocinas de escritorio diseñadas por el artista de graffiti MINT.
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html



Serie de tablas para patineta decoradas por el artista de graffiti francés GOREY para la colección Graffiti Series de la marca ZooYork.
<http://www.freshnessmag.com/wp-content/uploads/2009/05/zoo-york-artist-series-01.jpg>



Bebida energética All City hecho por la marca AriZona cuyo diseño fue inspirado en el estilo de graffiti neoyorquino.
http://1.bp.blogspot.com/_zq-Foq3qej2c/SgG6ejK1ovI/AAAAAAAAAPwQ/8DEaOK8lqWs/s400/all-city-nrg-arizona.jpg



Latas de Coca Cola decoradas por FRESH2DEATH.
<http://s3.amazonaws.com/bzzagent-bzzscapes-prod/graffiti-coke-lrg.png>



Trabajo hecho por el artista de graffiti HENSE para la marca de automoviles KIA.
www.knowngallery.com/uploads/Image/adultswim4.jpg



Barras de chocolate lison Nelson decoradas cada una por un artista de graffiti distinto para el proyecto The All Stars Project.
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html



Silla diseñada por Luis Aicandu
http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html

3.3 Los mass media y la imagen en la sociedad de consumo.

En el último cuarto del siglo XX una revolución tecnológica centrada en torno a la información ha transformado nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de vivir y de pensar. Todos esos cambios tecnológicos han producido una nueva revolución, que más que cualquier otra cosa han significado una revolución cultural.

Como lo explica McLuhan (1980), la primera ola culturalmente importante fue la introducción del alfabeto, que hizo que el ser humano perdiese, acaso por completo, la tradición oral y lo tribal, con ello se introduce la potenciación del sentido visual que dio lugar a un espectacular cambio a todos los niveles. La primera revolución corresponde a la del lenguaje escrito (cuarto milenio a.c.), la segunda, puede entenderse que la produjo la imprenta de Gutenberg, popularizando el libro impreso hace 500 años, que ha dado lugar al medio cultural que desde entonces se le denomina la galaxia de Gutenberg, y la tercera corresponde a los T.I.C. . (Tecnologías de la Información y de la Comunicación), que comienza en el siglo XIX y constituye la galaxia de lo inmaterial. Esta revolución ha dado vida a los medios electrónicos, cuya materia prima es el electrón, sutil partícula subatómica descubierta en 1897 de un tamaño cinco millones de veces inferior al átomo. Con ello los mass media (en mayor escala con la aparición del Internet), expanden la creación cultural en el conjunto de la vida social, y en la que se han encarnado valores libertarios desde su génesis¹²

Para Marshall Mc Luhan en su libro *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. Ed. Diana. México. 1980, los medios determinan toda la comprensión de nuestra época, todos son extensiones de alguna facultad humana.

Estas extensiones alteran la manera de pensar y actuar y la forma en que percibimos el mundo.

Cuando cambian, el hombre también lo hace y aunque nunca tomará conciencia de las reglas básicas de sus sistemas ambientales o culturales, nuestros sentidos se prolongan tecnológicamente y son factores tanto de apertura como de cierre de las sociedades. Según este autor los medios electrónicos de información han terminado con la intimidad y determinan toda comprensión de nuestra época, todos ellos son extensiones de alguna facultad humana y estudiarlos es estudiar al hombre. Estas extensiones alteran nuestra manera de pensar, actuar y la forma en la que percibimos el mundo, pero los medios son agentes que hacen que sucedan otras cosas, aunque no son agentes que nos hagan tomar conciencia de esas cosas que suceden. Mc Luhan sostiene una visión rota de la sociedad de consumo, con su pérdida de afecto, su culto a la fama, su registro mediático de cada momento de la vida y su confusión psicológica entre experiencia subjetiva y ficción televisada. La continua tendencia de la propaganda es poner el producto de manifiesto como parte integrante a amplios fines y procesos sociales. La industria de la publicidad es un burdo intento de llevar los principios de la automatización a todos los aspectos de la sociedad , los anuncios están destinados a un consumo creciente. Su destino es hacer las veces de píldoras subliminales para el subconsciente, con el fin que ejerzan un embrujo hipnótico, especialmente en los sociólogos¹³

Los principales factores del impacto producido por los medios en las formas sociales son la alteración y la disrupción. Todos los medios de intercambio y de interconexión humanos tienden a mejorar con la aceleración y los medios sirven para propiciar una visión y unos conocimientos nuevos y transformadores.

¹² Gutiérrez López ,María Asunción (2005).*Internet y libertad - Ampliación tecnológica de la esencia humana, Comunicación Social*. Ediciones y publicaciones. España

¹³ McLuhan, M (1980). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. Ed. Diana. México.

Manuel Castells en su trabajo *La galaxia internet 2001* aborda tres fenómenos que constituirán la nueva sociedad: a) el auge de las tecnologías de la información b) la crisis de los sistemas económicos que predominaron con la conformación del sistema neoliberal y c) la emergencia de nuevos movimientos sociales como el ecologismo o el feminismo donde se podrían incluir todas las tendencias culturales e ideológicas de oposición a la hegemonía dominante.

El tener las grandes tecnologías de la comunicación en función de un sistema unidireccional, provoca que los medios masivos sean bajos en la participación de las audiencias con contenidos que adquieren una alta resolución o definición donde el receptor solo puede absorber la información sin ejercer ninguna interacción con el contenido. De este modo, los medios masivos al inundar con sus imágenes la mayoría de los espacios comunes en las sociedades modernas, alteran en forma radical el panorama estético mundial y modifican la cultura estética de nuestro tiempo, cambiando así la sensibilidad y la visión del hombre, lo que obliga a las expresiones artísticas alternativas a tomar medios alternos a los establecidos según las normas.

Detrás de la evolución tecnológica comunicativa actúa la tendencia del capitalismo de reemplazar el trabajo manual, individual y libre, por el mecánico asalariado a favor de un capital, con lo que se genera la comercialización de las artes y la industrialización de algunas de ellas (la industria cultural). Como secuela, los medios masivos promueven el consumo masivo y las más disparatadas fetichizaciones del arte y del artista, donde las artes y las diferentes expresiones artísticas se reducen a un conjunto o sistema de procesos que surgen para satisfacer las necesidades culturales de occidente.

El diseño gráfico en este contexto, nace del fruto de la división técnica de trabajo estético especializado que comenzó a agremiar cuando la cultura estética de occidente necesitó de profesionales capaces de introducir recursos estéticos en los productos industriales y que derivó en la utilización de la herencia de las artes gráficas con fines comerciales. Para lograr una buena comunicación fue necesario una graficación de la información que implicaba ciertos niveles de la elaboración estética, donde el diseño gráfico como disciplina se hizo esencial en la configuración del mensaje.



Bomber Style por ARDCOR.
http://media.photobucket.com/image/3d%20style%20graffiti/ardcormassive/Bomber_Style_by_ardcor.jpg



SUPERFICIAL por Graffiti Technica.
<http://www.graffititechnica.com>

De esta forma, el diseño gráfico publicitario ha constituido otra variante de la cultura estética occidental: la de su fase industrial masiva, capitalista y monopolística. En consecuencia el diseño publicitario es descendiente de las prolongaciones de los procesos de las artes, pero con una nueva dirección, dicho de otro modo, las artes traen consigo estilos y técnicas que luego serán gérmenes de los diseños en publicidad y mercadotecnia. Así, el diseño gráfico en mercadotecnia se enfoca al embellecimiento de la vida diaria del hombre común, y si las masas crecen, obligan a la industria a masificar su producción tanto como sus productos, con mejoras tecnológicas y mediante el abaratamiento de los mismos y la publicidad. Es decir, diseñar con fines comerciales implica respetar los intereses económicos del fabricante, donde la producción de diseños confluye con el lucro comercial y las posibilidades tecnológicas de la industrialización masiva del producto, la utilidad práctica de éste y sus atractivos estéticos. Por ello, tanto la libertad creativa como la búsqueda de un discurso individual del artista se ve sumamente limitada por los fines comerciales.

En ese sentido, las representaciones visuales predominantes de la cultura mediática global son producto del estado moderno, el orden económico global y los sistemas de control ideológicos implantados y redefinidos a través de los mass media. Como herramienta ideológica, los mass media y su gran alcance han influido en gran medida para inculcar en el espectador una sensación de conformidad y pasividad ante su contexto social, ejemplo de esto es la distorsión o estetización de problemas sociales, que ha sido un recurso muy exitoso para la aceptación de una realidad adversa en un sistema de control y desigualdad, como en el caso de la estetización de la pobreza, que se ha difundido principalmente en la TV. Otra técnica es la estetización comercial de temas críticos, donde posturas de resistencia

civil o de carácter contestatario son transformadas en mercancías o presentadas de una forma inofensiva y cómoda.

Así resulta evidente cómo el control social se interpone con la razón estética y cómo el interés comercial se coloca por encima de las necesidades de información o de difusión cultural. Por ello, al utilizar recursos estéticos herederos de movimientos culturales o sociales desde el punto de vista comercial, éstos tienden a perder su fuerza conceptual o de denuncia. Los medios masivos, con la televisión y la prensa a la cabeza, conforman una plataforma de banalidades que hace posible la vida un tanto artificial y engañosa de las expresiones artísticas. Propiamente se trata de que dicha plataforma sitúa la vida de las expresiones culturales alternativas como expresiones de minorías con espacios reducidos pero con la ilusión de las multitudes y de intereses masivos.

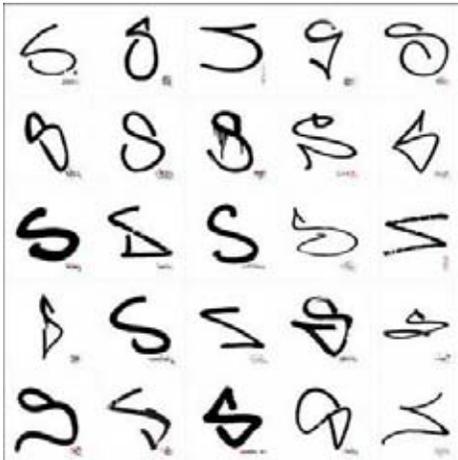
Por ello es importante entender el diseño en función de productos culturales o comunicativos, que aunque pertenecen al comercio común, su fuerza principal reside en los efectos persuasivos de los entretenimientos y de las informaciones, a favor del dominio de la mayoría, y a la promoción de actividades de fomento cultural, donde su labor ha contribuido a la creación de espacios que fomentan el consumo de productos con valor conceptual y artístico. Ejemplo de esto son las publicaciones y artículos pertenecientes al circuito comercial del arte con sus galerías y de organizaciones culturales independientes.

El fermento de una ideología tecnócrata con su constante tendencia vital de reemplazar, donde y como pueda, el trabajo artístico manual, individual y libre, por el mecánico asalariado y en beneficio de un capital, ha tenido implicaciones importantes en el desarrollo de las expresiones artísticas alternativas como el graffiti, donde han sufrido un desarrollo social al trabajar en función de los intereses comerciales dominantes en un mercado

bajo el marco de la Organización Mundial de Comercio dirigido a los grandes países industriales y operada por los grandes grupos multimedia, caracterizados por descomunales monopolios.

La acelerada concentración a escala planetaria en el sector de los medios de comunicación, así como la creciente importancia de los operativos financieros en forma unilateral, ha puesto en el plano central de la imagen a la publicidad y la

mercadotecnia. Pero en este contexto el Internet debido a su carácter descentralizado, con el tiempo se establece como el bastión central en cuanto a libertad de expresión en los medios masivos de comunicación. Abierto a todas las expresiones ideológicas alternativas, se constituye en un medio sumamente amplio y con un alcance sin precedentes que funcionó de forma primordial como el recurso más utilizado de difusión cultural moderno.



Proyecto Graffiti *Taxonomy* de Evan Roth, que presenta tipografía digital basada en tags.
www.impactlab.com/2008/04/16/graffiti-taxonomy/



Diseño de KAB101.
 Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p.356 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



Diseño de KMC Design.
<http://www.scraft.net/images/logo-graffiti.jpg>

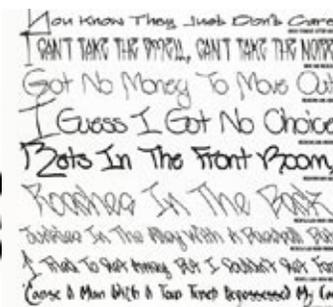


Diseños del grupo SP de Paris.

Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, pp.288 y 131. Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



Logos de los artistas de graffiti KRUCH, DANTE y 123 KLAN.
 Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti* p 108. Edit. Thames & Hudson, UK.



Diseños de la fundidora digital estadounidense *Handselecta*, que bajo la dirección de Christian Acker y Kyle Talbott crean tipografías digitales inspiradas en el graffiti. <http://www.handselecta.com/>

3.4 Graffiti e Internet.

Como lo analiza María Asunción Gutiérrez López en el libro *Internet y libertad* (2005). Los orígenes de Internet se remontan a los años sesenta, cuando el gobierno de EE UU comenzó a financiar varios proyectos en Universidades y centros de investigación con el objetivo de desarrollar redes de conmutación y de intercambio de paquetes de bits, de datos. La red nace así como un sistema de interconexión de computadoras orientado con fines de índole militar. Pero la clave de la popularización de Internet fue su origen académico para la comunicación entre la comunidad investigadora, fundamentalmente la comunidad universitaria norteamericana que necesitaba transferirse paquetes de información o de bits, lo que comenzaron a hacer por medio de rudimentarios e-mails. Los formatos de transmisión de datos en forma de e-mail son anteriores a la creación del fax, sin embargo, éste resultó más cómodo y por ello se convirtió en el estándar de comunicación debido en buena parte a la sencillez de su uso. La utilización del e-mail no se popularizó hasta que se consiguió un modo de utilización de ordenadores más cómodo y sin requerimientos de específicos conocimientos en programación.

Seguramente internet supone la salida de los "guettos", porque es promotora y difusora de una cultura más humana y en ella es posible alinearse a una temática determinada. Internet tiene trascendencia histórica y ha transformado el paisaje social de la vida humana. Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado.

A raíz de la primera investigación en la conmutación de paquetes, el gobierno norteamericano, la industria y el mundo académico han sido coparticipes de la evolución y el desarrollo de esta nueva tecnología. Hoy en día, términos como email y página web fluyen fácilmente en el

lenguaje común. Internet puede definirse como una red informática de ámbito mundial que, globalmente, ni pertenece ni está controlada por nadie. De forma rigurosa, internet debería definirse, no como un conjunto de computadoras interconectadas, sino como un conjunto de estándares y protocolos cliente/servidor que permiten la comunicación entre ordenadores de todo el mundo y el acceso a servicios como el correo electrónico, los grupos de discusión o chats, los foros o blogs y los programas de intercambio de archivos.

La computadora se convierte así en la herramienta más potente que actualmente dispone el hombre para realizar procesos automáticos de tratamiento de información. Desde el ábaco a la inteligencia artificial, son muchas las fechas y los creadores en la evolución de la computadora de uso común, y por tanto del tratamiento automático de la información. Con ello se abre paso, al menos en el mundo occidental, a una humanidad sin límites comunicativos más allá de los derivados de la ética o la moral y diversos marcos legislativos, pendientes aún de un conveniente encuentro capaz de regular y poner márgenes de acción a esta nueva sociedad expandida. El mundo del internet se está estableciendo en el mundo occidental de formas diversas y en consecuencia diferentes para la vida de las personas, según su historia, cultura e instituciones.

Parece que las comunidades electrónicas (oficiales, militares, industriales) pretenden asegurar el poder norteamericano con él, en tanto que cada vez más sustentan su ideología y modo de vida por el medio del digitalismo. El imperialismo cultural anglosajón ha encontrado en la red la forma perfecta de consolidar su hegemonía ya que el 90% del uso de internet es en inglés, verdadera lengua de la red del ciberimperio (el castellano es el quinto en uso). Desde esta visión superficial Norteamérica es la patria original de la cibercultura. Entendiendo por cibercultura, los tecnicismos

y términos que han planteado corrientes y principios del pensamiento cultural mundial. Nuestra vida cotidiana, progresivamente orientada a la interacción con horizontes simbólicos libros, televisión, cine etc.. En la realidad se vuelve artificial con el internet y se desplaza hacia este mundo paralelo fabricado por la tecnología.

Pero al mismo tiempo el Internet posee cuatro poderosas cualidades: es descentralizadora, globalizadora, armonizadora y permisiva. Por lo que el mundo multimedia hará puente entre las divergencias que se aprecian entre la tecnología y las humanidades, la ciencia y el arte. El Internet ofrece a la sociedad civil mundial alternativas fuertes de expresión, pues permite la interacción social selectiva y la pertenencia simbólica a una cierta comunidad con herramientas para preservar y difundir sus contenidos libremente permitiendo tanto el posicionamiento apolítico, como la rebeldía que entretejen los valores subculturales y contraculturales en las innovaciones tecnológicas de un mundo globalizado.

De esta forma vemos que el desajuste social no es culpa de la cultura digital, sino del proceso del espectáculo mediático que ha promovido la publicidad. Los empresarios capitalistas se sirvieron de la publicidad para promover la ideología de consumo. La publicidad se dedica a probar

que todos los consumidores son iguales, originalmente idénticos. La publicidad se desarrolló como un instrumento de orden social cuyo objetivo era la anulación de las costumbres tradicionales: la ruptura de la barrera de los hábitos individuales. Walter Benjamín lo expresa de la forma siguiente: “la reproducción en masa es especialmente fomentada por la reproducción en masas”.

La aparición del Internet ha desempeñado un papel muy importante en la evolución del graffiti, aunque muchos artistas rechazan a este medio por considerarlo engañoso muchos otros lo han acogido como una herramienta y campo de acción complementario. Se han generado un gran número de sitios que siguiendo la tradición de Art Crimes han formado sitios y blogs dedicados al graffiti con bancos de imágenes e información que han sido un medio importante para conocer nuevas tendencias y estilos de otros países. Antes de la aparición del internet los distintos barrios y ciudades poseían una cultura local, en muchos casos cerrada, del graffiti, pero actualmente estas diferencias regionales se han ido ampliando y diversificando debido al acceso a la información e imágenes que la red provee. Sin duda el Internet se sitúa como al herramienta mediática más utilizada por los artistas del graffiti activos, ajenos a la pu blicidad, que al mismo



ARTCRIMES.COM
http://3.bp.blogspot.com/_lenzLM0dIG0/R4QRJpG4uUI/AAAAAAAAAAGE/n0b4U8Wz2G0/s320/foto.jpg.

BOXSTATEMUSIC.COM
http://4.bp.blogspot.com/_6cNohdkdGv0/Sa13y1m0BnI/AAAAAAAAApY/5mCXADphlf0/S660/boxstaemusicT25280.jpg

GRAFFWRITER.COM
http://www.graffwriter.com/images/_GW_Logos/GW_Intro.jpg

tiempo constituye el archivo más grande de imágenes relacionadas con intervenciones públicas, donde cualquier persona con acceso al Internet puede tener acceso a imágenes de trabajos hechos por todo el mundo en tiempo real, lo que ha ejercido una gran influencia en la propagación del movimiento a escala mundial.

3.5 Graffiti, imagen pop y comunicación mediática.

A través del tiempo la cultura estética desarrollada en los suburbios de las grandes ciudades denominada cultura urbana, ha influenciado y se ha visto influenciada en gran forma por la estética de lo que se denomina comúnmente como cultura pop. Por pop entendemos las técnicas y cualidades estéticas que caracterizaron tanto en la comercialización de productos en serie como de la industria del entretenimiento masivo como el cine, cómics, videojuegos, series de TV y música. Donde la estética pop norteamericana es la que se esparce por mayor número de países con gran popularidad.

Pero abordaré este término con la definición de Luis Antonio de Villena que lo define como: "Pop es una palabra frecuente y múltiple, un uso común es el que designa lo moderno, otra visión lo sitúa como la corriente artística que da uso a un particular tipo de materiales Pop, es un estilo de vida, una abreviación de la palabra popular, o lo que pertenece a todos, lo extendido por la moda, lo masivo, lo popular en sentido numérico"¹⁴

La expresión pop se uso por primera vez en EU por el crítico de arte Lawrence Alloway en la mitad de la década del cincuenta para designar a un tipo particular de pintura: el pop art, como línea intelectual de pintura que nace en EU.

El pop psicodélico, fruto del redescubrimiento del ácido, tendrá su auge en Haigh Ashburry, en el barrio de la cultura hippie que hacia 1965 incorporaba los elementos de la cultura psicodélica como flores o colores brillantes. Pero la corriente artística pop que obtuvo mayor reconocimiento y que podríamos llamar artistas pop puros son: Roy Linshtestein, Andy Warhol, Tom Wesselman¹⁵

La obra de estos pintores amplía el término para referirse al reflejo de los objetos que usa el hombre y a la gráfica heredera de las reproducciones masivas, de la publicidad desenfrenada y desmedida del cine y del mundo del entretenimiento, de la fama y el consumo público. Los artistas pop reproducen un mundo a través de objetos, pero su obra se caracterizó por un sentimiento de protesta. En el pop hay una protesta indirecta y latente contra una sociedad artificial y absurda pero que sirve de inspiración para la creación artística y la búsqueda de elementos estéticos llamativos y sarcásticos.

De esta forma, el término pop en la actualidad adquiere su mayor característica distintiva en su condición de consumo masivo. Su utilización más usual se hace en el ámbito musical donde se caracteriza por ser altamente consumido, glamoroso y por imponer moda. Así la imagen pop forma parte de nuestra concepción estética social, sobre todo en las ciudades donde la relación con los medios y el estilo de vida apegado al consumo y las modas es más estrecho. Pero el pop sin duda es un fenómeno asociado a la juventud, puesto que las generaciones jóvenes de finales del siglo XX, crecieron de la mano de las innovaciones tecnológicas generando una relación más estrecha con la cultura de consumo que las generaciones pasadas. Debido a esto, el graffiti como movimiento urbano juvenil se convierte en un movimiento paralelo al movimiento artístico encabezado por Warhol.

¹⁴ de Villena Luis Antonio (1975). *La rebelión Cultural* p.p. 108. Edit. Planeta México.

¹⁵ Krauze AnnaCarola (1995) *Historia de la Pintura* Edit. Koneman Alemania.

Las características estéticas de la cultura pop es retomada por un movimiento visual rebelde, pero que en el caso del graffiti, se centra en una comunidad cultural como la de los jóvenes de ciertos sectores que le infunden una imagen más agresiva y que tiene implicaciones socioculturales determinantes. Los colores brillantes planos, la caricaturización de caracteres y elementos como globos de texto, héroes y villanos hacen del comics la mayor influencia pop en la estética del graffiti, debido a que desde la época de los sesenta los comics se convierten en el eje de la estética de la cultura pop norteamericana.

La estructura narrativa de las historietas y su simplicidad para explicar la realidad, fue el medio perfecto para los intereses que tenía EU de inculcar su ideología con recursos visuales abstractos y con una estructura moral y nacionalista establecida, mediante la promoción de una cultura estética y un estilo en las generaciones jóvenes que después pasaría a las películas, animaciones y videojuegos que con el tiempo desplazarían a los medios impresos. Así la estética que se genera con el graffiti se apropia de elementos de la cultura de consumo, y a su vez, la cultura de consumo se apropia de los elementos estéticos del graffiti, generándose un fenómeno de influencia reciproca con implicaciones diversas en el campo de la comunicación que estudiaremos más adelante.

Como hemos visto, la presencia de imágenes asociadas al graffiti en el panorama estético popular es constante y su uso con fines comerciales adquiere diversos matices como producto comunicacional.

Nuestro objetivo será establecer una aproximación al funcionamiento de la imagen o estética del graffiti en el interior de situaciones concretas, bajo el análisis que hace Jordi Pericot (1987) en su libro *Servirse de la Imagen*. No se trata pues de analizar la imagen como una entidad de significación propia y relacionada con otros objetos comunicativos, sino de estudiar una situación social generadora de necesidades comunicativas que son satisfechas con diferentes objetivos culturales. Partiremos del concepto de competencia comunicativa que estudia Pericot, 1987 entendida como la capacidad que tiene una persona para utilizar los sistemas semióticos que dispone como miembro de una comunidad socio cultural, en este caso del graffiti.

La omnipresencia de la imagen en la cultura occidental moderna, con la vertiginosa aceleración de su tecnología, alentada por la alta rentabilidad económica y social, hace que las imágenes difundidas en los medios adquieran una importancia central en el entendimiento estético de nuestra sociedad. Dentro de la perspectiva comunicativa, el lenguaje visual no interesa exclusivamente por sí mismo como



Carteles de Larry King , Michael Jackson y Alfred Hitchcock, East Village NY.. www.focusonstyle.com/ny.jpg



Lata de aerosol Campbells. <http://thumb2.visualizeus.com>.



Graffiti Pop en Dublín por MASTER. <http://dublindailyphoto.files.wordpress.com/2008/04/dscf1309.jpg>.

conjunto de signos, sino como un recurso o instrumento aplicable a diversas actividades de manera distinta. Es decir, nos interesa el lenguaje en función del objeto perseguido con su uso y los efectos que con eso se consiguen. Esta ampliación de objetivos nos lleva, pues a traspasar el campo exclusivo de la significación para acceder a las estructuras más amplias de la pragmática y superar así el inconveniente de estudiar el fenómeno visual como fenómeno espontáneo, independiente de la voluntad y de la acción de los actores y del contexto de un movimiento cultural.

En el caso del graffiti es claro como la superficie y el contexto de la superficie adjudican valores específicos a la imagen a la cual se le otorga un sentido. La imagen es primero superficie y como superficie se vuelve signo, nuestra tarea es estudiar en qué sentido el signo cambia al volverse mercancía y al reproducirse sin límites, y cómo la superficie es el resultado de combinaciones infinitas y de elementos esenciales en el efecto de una imagen en el espectador. Percibir superficies es importante para la posibilidad de supervivencia de todos los animales, no obstante, sólo el hombre ve las marcas adicionales a la superficie. Las marcas sobre una superficie pueden ser desordenadas, y por lo tanto ser manchas de suciedad, pero si las marcas tienen una forma que pueden interpretarse como una esencia respectiva probable, estamos entonces frente a

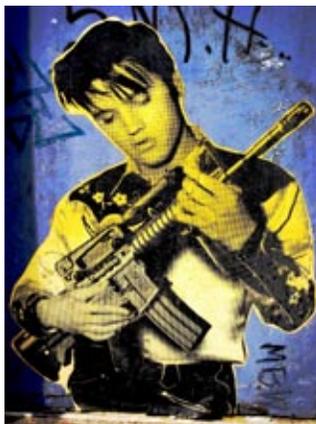
una imagen y solamente determinado las relaciones mutuas de las superficies es que la imagen adquiere un valor determinado. Bajo los códigos del mundo estético contemporáneo es que se puede interpretar una imagen como un signo referencial, puesto que este significado en general no puede ser identificado como una escena aislada del contexto social con el que interactúa. Esto es evidente a través de la historia del arte donde la imagen se desarrolla como un elemento cuyo plano de expresión es una superficie bajo un contexto con características determinadas que le otorgan el valor de arte, aumentando el impacto del proceso de comunicación.

Como lo establece Jordi Pericot (1987), como punto de partida consideraremos la comunicación como un fenómeno vinculador con la experiencia hecha por un individuo sobre el medio, de modo que los otros tengan de ella una experiencia análoga, al mismo tiempo que se extiende este proceso en el marco que compone la situación social del individuo. El individuo y el ambiente establecen una relación en que las tensiones producidas por el desequilibrio que se establece entre ellos originan en el individuo una conducta encaminada a establecer un equilibrio relacional.

Si consideramos la sociedad como un sistema de comunicación, debemos tener presente que la referencia del discurso, se efectúa con las reglas socialmente establecidas por la sociedad comunicativa, y



Jocker por FLOW
http://farm3.static.flickr.com/2550/3801832409_7ddfe5f6e4.jpg



Elvis.
http://farm3.static.flickr.com/2398/2335679597_9e7c4032e8_o.jpg



Graffiti de Jack Nicholson.
http://farm4.static.flickr.com/3396/3595014790_bd209-b4d4b.jpg

por lo tanto el discurso no se refiere a una realidad única, sino a modelos de realidades surgidos en la sociedad que establece un sistema de referencias en las que se discute y decide el valor social de estas expresiones. El orden social se convierte en un factor decisivo para determinar la mecánica y realización del acto de comunicación. En el caso del graffiti, cuando se presenta como parte de un acto contracultural, agrupa el contexto e identidad de un subgrupo social en específico, donde el medio, en este caso la calle, es el que significa y autentifica el acto como graffiti. La pertenencia a un estado social regulador de cada uno de los participantes en el acto de comunicación y su mutuo conocimiento es lo que consolida los límites del grupo social. Por lo que el éxito del acto de comunicación depende de que los participantes tengan conocimiento de cuál es el medio más adecuado a las características determinadas de la situación y el mensaje.

Cada medio comporta unas especificaciones sintácticas y semánticas que dependen de él y que ejercen una influencia sobre la adecuación situacional del mensaje. De una manera general, consta de una asociación de ciertos medios visuales,

gestuales con situaciones de un grado más alto de formalismo, mientras que otros medios se basan en su carácter rebelde o trasgresor para ser efectivos.

En el caso del graffiti, al ser parte de una comunidad cultural que se desarrolla en una actividad de desobediencia cívica, el aspecto trasgresor es de suma importancia en el impacto e implicaciones comunicacionales, puesto que sus características estéticas se desarrollan como efecto circunstancial del entorno y de su ejecución ilícita. Al cambiar de superficie y contexto, aunque se perfeccionen su ejecución técnica, pierde coherencia con características originales de la comunidad social de la que nace.

Por ello, las premisas de la oferta visual deben ser comprobadas en nuestra experiencia y cuando todas ellas encajan y se da coherencia recíproca, la imagen queda fijada como estructura definitiva. El concepto de coherencia en el proceso de comunicación se establece cuando las relaciones que definen el mensaje mantienen una consecuencia coherente de signos producida de forma concreta y con intención comunicativa. Por lo que la coherencia que manifiesta un discurso visual



Pieza de DONDI en Nueva York. Foto: Martha Cooper.
http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_re-volt_min_final_LG.jpg3



Astronauta en Berlin.
[http://3.bp.blogspot.com/_c3uAq-mZX4A/R1MPqBVZVml/AAAAAAAAAPc/Su-qTz5p-BYw/s1600-R/kreutzburg\(2nd\)_2.jpg.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_c3uAq-mZX4A/R1MPqBVZVml/AAAAAAAAAPc/Su-qTz5p-BYw/s1600-R/kreutzburg(2nd)_2.jpg.jpg)

no la debemos de buscar sólo a partir de las formas estéticas que contiene la estructura de la imagen, ni considerarlas como características inminentes de éste o de los actores, sino como resultado de una producción comunicativa congruente entre el medio y el mensaje.

En este sentido, un graffiti hecho de forma deliberada en la calle es una pieza única que forma parte del entorno y su característica esencial radica en el impacto que causa en el escenario al ser un acto de apropiación de espacios comunes, en contraposición a la cultura de la propiedad privada predominante en las sociedades occidentales. Y cuando una imagen como una fotografía o un dibujo basado en la herencia estética del graffiti, es extraída de su entorno, en este caso los espacios públicos, deja de ser graffiti y puede resignificarse dentro de muchos contextos, aunque ésta sea siempre una referencia obvia de su fuente original.

Por consiguiente entendemos que desde sus inicios, el graffiti independientemente de sus características estéticas, se convierte en tal cuando es un hecho consumado de intervención pública, que debido a las distintas corrientes en su evolución a través de la historia ha generado un legado estético con gran influencia en los distintos campos de las artes gráficas, y el analizar su contexto como contracultura nos ayuda a entender sus alcances como imagen. Debido a esto, la configuración de imágenes con el fin de comercializar un producto no se le puede llamar graffiti, puesto que desde su diseño o rediseño como publicidad, adquiere una connotación ajena a la esencia del graffiti como movimiento cultural. En el proceso adaptar una imagen a un diseño publicitario se configura el aspecto de su función o seña, que es el aspecto esencial que lo identifica, y el objeto no podría señalarse a sí mismo como lo que es. Mediante las distintas clases de construcción, clases de función y clases de circulación, la imagen produce una ruptura en nuestras expecta-

tivas, que aunque sea una imagen referencial a un acto de ilegalidad se convierte en una imagen que invita al consumo de un producto. Cuando un diseño entendido en términos expuestos, transgrede los límites de su contexto cultural, se convierte en un diseño transvertido. Yves Zimmermann en su texto “¿Qué es Diseño?” (texto inédito) lo expone de la siguiente forma:

“Designo y diseño son dos conceptos emparentados e interdependientes. De hecho, el segundo viene alumbrado por el primero. Como pareja de significados el designio-diseño se refiere al acto de dibujar / diseñar. Éste, guiado por un designio intención, que hace devenir a través de la proyección, da forma tangible y visible el objeto en su ser una cosa-seña para su uso. Designo significa entonces intención. Se podría decir que el designo es una intención de signo, mediante la acción de diseñar. Aparte de marcar y dibujar, la palabra designar (origen de la palabra diseño), significa también elegir, singularizar, que implica el cumplimiento de una finalidad precisamente en virtud de la designación y la designación es un asignación o delimitación.”

Zimmermann lo expone la siguiente forma: “el uso hace al objeto” donde explica que el uso que se hace del objeto es el que verdaderamente conforma el mismo. La seña del objeto será entonces reflejo del uso al que supuestamente está destinado. Pero todo objeto debe pasar por la prueba de la verdad de uso, puesto que es en el uso de algo lo que revela la verdad de ese algo. Al usar y manejar un objeto se hace la experiencia de su usabilidad, de su utilidad y, a través de la experiencia, puede comprobarse la verdad su forma y apariencia. La frase usos y costumbres remite en lo esencial a unos gestos configurados que han permanecido inalterables durante largo espacio de tiempo. Pero el objeto cambia y evoluciona dependiendo de la interacción humana con el objeto.

Que la publicidad tenga como meta principal el vender productos a través de las clases de circulación caracterizados por los medios masivos, delimita el diseño de las imágenes que al adecuarse a la superficie los amolda a las características del medio por el cual se difunden. Un graffiti al ser reducido a un “objeto de diseño” con miras meramente comerciales, cambia su aspecto original para convertirse en algo distinto, configurado a los lineamientos de su entorno mediático. Estos objetos de diseño a través de los mass media vulgarizan su contenido, se convierten en una caricatura de sí mismos y entran a formar parte del espectáculo continuo de la sociedad mediática, al convertirse en espectáculo delegan su función artística y expresiva. De este modo entendemos que el verdadero significado de la imagen se manifiesta por el uso que de ella se hace, para conocer ese significado deben conocerse las circunstancias sociales que concurren para que el uso sea correcto. En esta perspectiva es evidente que la unidad básica no puede ser la imagen, sino la producción del signo en la realización del acto de comunicación.

Los massmedia son una industria omnipresente en la vida diaria. A la naturaleza de lo industrial le es propio el generar productos que influyen en la conciencia colectiva, que es su objetivo primordial, y se traduce en la formación de una identidad de consumo. Por ello, se maquilan permanentemente una infinidad de productos mediáticos para su consumo diario y ahí el diseño gráfico ha funcionado como su principal herramienta de divulgación. La corriente comercial transforma la información en productos mediáticos que son presentados en un máximo grado de trivialización para poder cumplir sus expectativas y llegar al mayor número posible de receptores.

La imagen es un signo que percibimos como algo indivisible algo interrumpido a diferencia de la lengua, que se presenta

como compuesta de un número finito de pequeñas partes, pero en la actualidad gracias a la tecnología se permite su reproducción en serie, lo que a su vez permite a la imagen realizar otra característica del signo prototípico: puede constar de elementos repetibles y acabados. Gooran Sonesson (2005) habla de cómo la imagen cuando ha sido creada puede copiarse y difundirse en nuevos ejemplares, si la página web sirve para reproducir un graffiti mural fotografiado sigue siendo un medio de reproducción; pero si uno combina partes de imágenes ante riores en un programa de edición gráfica para obtener una nueva imagen, la computadora se vuelve un medio de reproducción.

La reproducción masiva hace que la posibilidad retórica en la imagen crezca y la simple reproducción se vuelve producción donde la imagen se puede componer de distintas partes divididas permanentemente y no en forma de rompecabezas. Esto hace que la realidad ficticia manifestada en la cultura de consumo refleje imágenes distorsionadas tomadas de situaciones reales. Humberto Eco (1978) se opone a la idea que los medios reproducen imágenes verdaderas y toma como ejemplo la TV. Eco determina que la televisión no se parece nada a las imágenes, sino es como una cadena de espejos que se reflejan entre sí mismos, con la excepción de que existe una señal electrónica. En este sentido la TV no involucra signos sino es sólo un canal, exactamente como el espejo o como una prótesis, que nos da acceso a lugares donde no estamos presentes, por lo que la imagen de la TV es experimentada como una vista directa a la realidad, y por consiguiente, se puede confiar en su verdad.

Pero las técnicas modernas permiten manipular las imágenes al mismo tiempo que son transmitidas, la señal, tal como es, difiere de la realidad que produce. Por lo que en el plano de la imagen visual, las separaciones en el tiempo y el espacio, reducidas notoriamente a partir de las

novedades tecnológicas, ha implicado la descontextualización de la imagen con su entorno real. Cabe señalar que las formas de construcción no coinciden necesariamente con las formas de distribución, aún cuando determinadas formas de construcción como la edición digital sean las herramientas por excelencia de los medios publicitarios, vemos como en los artistas de stick art o arte de calcomanías, utilizan los recursos técnicos de la publicidad para realizar obras de intervención pública.

De esta forma vemos cómo los medios modifican la naturaleza de la imagen debido a su interés central en el consumo, por lo que el graffiti al ser mediatizado en publicidad, adquiere dos aristas importantes: por un lado populariza la estética y actividades alrededor de la esfera cultural urbana, impulsando su desarrollo y crecimiento, pero al mismo tiempo en su fase comercial tergiversa y banaliza su contenido descontextualizándolo como movimiento contracultural. Por lo que el mercado en su afán por el consumo se apropia de la estética de movimientos culturales con actividades cívicamente inapropiadas para atraer un mayor número de consumidores, pero al mismo tiempo al popularizarlas, promueve su crecimiento e influencia. Esto ha permitido el éxito a gran escala de compañías que promueven el graffiti ilegal, como

es el caso de empresas que comercializan pintura y válvulas especiales para graffiti, así como el de editoriales de revistas y libros que analizan y recopilan imágenes de graffiti por todo el mundo.

En este sentido, el graffiti entendido por su valor cultural, exalta sus cualidades como un movimiento artístico visual contemporáneo sin precedentes, que como movimiento artístico ejecutado por jóvenes, es reflejo del momento histórico y del contexto social de los sujetos que lo conforman. El valor estético del graffiti es definido en la práctica social que hemos heredado, tanto en su identidad como en su impacto, por lo que ha generado un movimiento mundial a gran escala que se ha arraigado a la imagen urbana mundial. Las ciudades de todo el mundo están llenas de signos y pictogramas que han servido de inspiración y soporte para los grafiteros, donde al cambiar el sentido y significado del entorno, la imagen trasciende en un sentido más vivo e influyente que se contraponen a los logos y anuncios que legalmente inundan las ciudades con una intención meramente comercial. Así, el graffiti reivindica a la imagen por su valor estético y expresivo contraponiéndose a la utilización de imágenes en lugares públicos sólo por su valor comercial.



Escalera.
Bou Louis (2005). *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p.27. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.



Rata por BANKSY.
Graffiti escultórico por Banksy.
(2005) *Banksy. Wall and Piece*. p. 103 Edit. Century, UK..



Textura 1.
Bou Louis (2005). *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p.39. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.

El escritor o wrtiter crea su obra en función del soporte y las circunstancias, aprovechando el entorno y cualidad del sitio elegido para plasmar su idea, los soportes más cotidianos son muros, vagones del metro, esquinas, postes, puentes, teléfonos, escaleras, fuentes, anuncios publicitarios, techos etc.. que sirven de medio para una expresión cultural que difiere de las normas cívicas y se apodera del espacio sin permiso ni concesiones.

Como parte de la esencia de adaptación del graffiti, los espacios y superficies sobre los que se pinta han determinado el estilo de la imagen final, por lo que las texturas de asfalto, metal, ladrillo, madera y demás superficies, irregulares y rugosas, son un elemento esencial del graffiti, que han determinado parte importante de la imagen urbana. Así el material de fondo en muchos casos ejerce un papel protagonista en la obra, que a veces con recursos muy simples despiertan gran impacto en el espectador.

De esta forma se busca no sólo un soporte pasivo ajeno a su entorno, sino utilizar el entorno para ambientar y darle más peso a la imagen. Donde las paredes, anuncios y puentes, antes comunes y desapercibidos, reviven con un carácter

expresivo más humano. Y ya que el artista ha plasmado su obra, ésta queda a merced de las inclemencias del tiempo o la intervención de otro artista sobre ella, por lo que esta fase de deterioro de las obra también proporciona calidades estéticas inesperadas características de la estética urbana, que generan elementos abstractos y texturas interesantes.

Las ciudades como hábitat comunes ofrecen gran cantidad de espacios como soportes para la interacción de la sociedad con imágenes que transforman el mobiliario de la escena urbana en una gran exposición de ideas, formas y mensajes ajenos a el bombardeo publicitario con la que se invaden las calles de casi todas las ciudades del mundo. El graffiti hace que el transeúnte normal coexista con la invasión de letras y personajes en lugares comunes, generando odio, amor, risa e incertidumbre que abren un debate e inician una reflexión sobre libertad, expresión y arte en una sociedad que pretende homogenizar los gustos y los patrones de vida. Además de introducir la concepción de las ciudades como grandes galerías públicas que se convierten en exposiciones de arte al aire libre, el graffiti produce un impacto cultural con implicaciones sociales y políticas.



Textura 2.
Bou Louis. *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos*. p.36. Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.



GHOST en acción.
Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. p. 64. Edit. Thames & Hudson, UK.



Vaca por JACE.
Gnaz, Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 213 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.

3.6 Graffiti y contracultura.

Como vimos en el capítulo uno, por contracultura se entiende el medio expresivo por el cual grupos sociales determinados, mayoritariamente jóvenes, adoptan ciertas conductas y valores opuestos a los de la cultura hegemónica general. Estos grupos culturales subalternos no poseen una cultura externa sino que participan de la cultura general de la sociedad de la que forman parte, pero lo hacen en un nivel distinto, ya que las sociedades estratificadas donde interactúan presentan patrones culturales de identidad correspondientes a posiciones culturales jerarquizadas. Pero estas clases subalternas sí poseen cultura propia, en tanto mantienen y ejercen capacidad de decisión sobre un conjunto de elementos culturales propios.

La cultura entendida como el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación, de organización social y de bienes materiales que establecen el orden de una sociedad determinada, se trata de un conjunto de prácticas materiales y simbólicas que agrupa y define a los distintos subgrupos que la conforman. Sin patrones culturales de conducta, sistemas de organización y significantes en símbolos no existe un orden unificador. La cultura es lo que define a las comunidades humanas, sus individuos y su organización social, que como medio de control, planea, instruye y valora estos mecanismos para gobernar el comportamiento, por tanto, los individuos dependen de los mecanismos que ésta regula para ordenar su entendimiento y conducta en el entorno. La cultura no es una característica de un solo individuo, sino que engloba un grupo determinado de personas que son condicionadas por la misma educación y experiencia en las que se desarrollan. Los individuos son producto de su cultura y de su agrupamiento social, por lo que están condicionados por el ambiente socio-

cultural para actuar de cierta manera, al mismo tiempo, la cultura no puede ser separada de los individuos que la conforman, pues no es un conjunto de valores abstractos que existen independientemente de los individuos, ni puede ser separada de su contexto histórico. La cultura en este sentido es a la sociedad lo que la memoria es al individuo, ella arrastra los hechos históricos y comparte las creencias, actitudes, normas, roles y valores desarrollados por un código de comunicación común que resulta afín a todos ellos por su coexistencia en un mismo periodo histórico. A su vez, los individuos hacen las sociedades y los patrones que condicionan el estilo de vida de sus miembros son los que hacen distintivos ciertos patrones en las personalidades.

La cultura está compuesta del significado público en la práctica, asociando procesos mentales y respuestas, es la combinación del proceso mental, situación y contexto que influencia la conducta. Los elementos culturales son mantenidos por los individuos e influyen tanto a los individuos como a la sociedad. El valor promedio de prioridades en un grupo es lo que los miembros del grupo entienden en común, por lo que los valores individuales son producto de la cultura compartida, de la personalidad y de la experiencia única de cada individuo.

En este sentido, el graffiti es un evento personal y social. Entendido como contracultura, implica un acto de apropiación ilegal de los espacios públicos por parte de sujetos que lo asumen como parte de su identidad y una forma de comunicación para decir y decirse quiénes son. Ese carácter de irrupción es lo que le da su mayor acento contracultural, puesto que su impacto radica en ser un acto de rebeldía o vandalismo, un acto socialmente reprobado por las normas establecidas, por lo que independientemente de las características estéticas de la imagen o la técnica con la que haya realizado, el graffiti entendido en

su concepción original, implica un acto de apropiación deliberada de una superficie visible para todos. Aunque la estética desarrollada a partir del graffiti moderno haya trascendido en gran forma el muralismo contemporáneo, lo que le confiere su rasgo definitorio es que se instituye como un acto contracultural en el panorama actual de la cultura urbana. De ahí que para un gran número de escritores y artistas de graffiti, el sólo hecho de pintar fuera de la calle no lo hace graffiti, ya que se aleja del underground aproximándose más al círculo de la cultura institucionalizada.

En su faceta más banal, las imágenes asociadas al graffiti son presentadas por los medios publicitarios sólo como imagen y moda, aunque en su forma auténtica como subcultura, se desarrolla como una identidad basada en el reconocimiento de un factor común de opresión y de pertenencia a una comunidad con un contexto histórico y social desfavorable, lo que deviene en un compromiso político con una comunidad racial o artística que en sí misma tiene aspiraciones a la trascendencia personal y a la de la comunidad. De esta forma, el arraigo y la identidad cultural han generado un movimiento que se define por las características internas del círculo de pertenencia al mismo tiempo que recibe influencias por las imposiciones externas de la cultura dominante. En su evolución el graffiti como actividad cultural es un concepto incluyente que puede

ser cercano a cualquier expresión humana y mutarse en un sinnúmero de posibilidades sin las barreras de raza, idioma o clase social, por lo que alrededor del graffiti se han formado centenares de artistas y diseñadores de distintas generaciones y regiones, trascendiendo como una comunidad con grupos multirraciales y multigeneracionales.

Por lo que tanto, las nuevas generaciones de jóvenes que desarrollarán nuevas expresiones gráficas influenciadas por el graffiti, deberían establecer un lazo de mayor coherencia con la historia y contexto político de un movimiento cultural de resistencia, pues de esta forma la imagen y el medio adquieren mayor impacto y congruencia con el producto comunicacional.

Como hemos visto, el graffiti a pesar de ser contracultura o una cultura alternativa aspira al reconocimiento de la cultura generalizada donde se desarrolla y se define, por lo que los mecanismos para que pueda ser institucionalizado de una manera que resulte ajena al consumismo, resulta una tarea donde los círculos académicos y culturales tienen el papel central. La transición de contracultura a cultura despierta polémica en la opinión general, donde por un lado existe el prejuicio de ver al graffiti como un acto vandálico sin valor artístico, y por otro, existe la oposición de ciertos artistas del graffiti a validar un mural hecho de forma legal como parte de la escena.



Abajo: Ángel por BANKSY. Londres 2005. (2005) *Banksy. Wall and Piece*. p. 211 Edit. Century, UK.



Arriba: Pieza de OS GEMEOS. Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, p. 85 Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.



BLU. Palestina.
Shove, Gary. (2008). UNTITLED, *STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE*. p.110. Edit.Pro-Acif Communications. UK.



Arriba: Interacción de WK
Shove, Gary. (2008). UNTITLED, *STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE*. p.143. Edit.Pro-Acif Communications. UK.



C MONSTER
Shove, Gary. (2008). UNTITLED, *STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE*. p.1B8. Edit.Pro-Acif Communications. UK.



Esténcil por STENCILZONE en Oaxaca
<http://graphics8.nytimes.com/images/2006/08/24/world/24mexico600.2.jpg>



Esténcil Zapatista.
http://www.sleepingfish.net/5cense/Mexican_Memes/02_EZLN_zapatista_pixie.JPG

En este contexto entendemos el mural como la máxima expresión del graffiti por antonomasia, donde el artista demuestra en todo su esplendor el dominio de la técnica, composición y creatividad. Debido a sus grandes dimensiones es más conveniente el tener la autorización para realizar el proyecto o llevarlo a cabo en zonas donde la policía no entre con frecuencia, como fábricas abandonadas, barrios marginados o zonas industriales. Los grandes murales hacen que el espectador pueda contemplar al graffiti más como un acto artístico que como un acto vandálico, por lo que muchos gobiernos, debido a la negociación con grupos culturales han optado por destinar lugares concretos para que los jóvenes de la ciudades realicen su arte de forma segura y con mayor meticulosidad. Este tipo de murales colectivos que por lo general se dividen entre varios artistas, muestran la variedad de estilos y técnicas que se utilizan dentro del graffiti y ayudan a borrar los prejuicios de vandalismo que se asocian a esta actividad. Por todo el mundo, cada año se celebran gran cantidad de exposiciones de graffiti que generan mega murales de gran longitud que ahora son parte de un paisaje urbano menos gris y con muestras de cultura local. Este tipo de murales ejemplifican el alto valor que el graffiti adquiere como tenden-

cia pictórica moderna, donde vemos cómo el graffiti institucionalizado sí respeta la libertad de expresión e individualismo del artista, va lida la expresión visual libre de connotaciones consumistas, plasmando el momento histórico de la sociedad y enriqueciendo la concepción del espacio urbano.

Vivimos en ciudades que son vestidas y desvestidas por las imágenes. La expresión urbana existe, y al igual que la publicidad, han decidido irrumpir nuestro paisaje e interpelarnos por lo que es importante valorar un movimiento que es heredero de la gráfica callejera, que ya es parte de nuestro escenario habitual, y mantener su esencia como reflejo del contexto social. La esencia la constituye la naturaleza permanente e invariable de las cosas, y quizás la única característica humana que cumple en parte esta definición sea la construcción de la mente. Pero el ser humano es cambiante, adaptable a los tiempos, modas, o tecnologías. Por ello, la esencia permanente no existe ya que ésta es ampliada entre otras cosas por la técnica y la tecnología, cuando la contracultura se convierte en consumismo y vanalidad, pierde su esencia como expresión humana auténtica, alejándose de su contexto histórico y extraviando su identidad original.



Berlin 2004. Foto: David Torres.

CONCLUSIONES

El contexto social en el que se desarrolló el graffiti moderno en sus inicios, junto con su influencia en los medios masivos, nos ayuda a entender su naturaleza y contenido. Desde sus humildes orígenes en Filadelfia y su llegada a Nueva York a principios de los setentas, el graffiti ha cambiado y se ha convertido en un fenómeno cultural a través del mundo. Aunque la historia del graffiti como movimiento pictórico es relativamente corta, es notorio el impacto que ha generado a escala global.

La globalización como fenómeno económico-social hace que las condiciones de pobreza, desigualdad y falta de oportunidades características de las zonas urbanas sean una constante por todo el mundo, generando una similitud mayor en las condiciones de vida y expectativas generalizadas de las sociedades occidentalizadas. Por lo que el graffiti se convirtió en un fenómeno reflejo de condiciones sociales de los suburbios de las grandes ciudades. Un medio de expresión alternativo ante la migración, el racismo, la reprensión y la desintegración social.

Por otro lado la globalización como fenómeno mediático acelera el intercambio de información y potencializa el impacto del perfil estético característico del graffiti al ser adoptado por la mercadotecnia como recurso publicitario, aumentando su popularidad y aceptación. Que el perfil estético generado del graffiti sea adoptado por la cultura pop comercial, por un lado lo banaliza por su carácter centralizado y consumista, pero también se genera influencia positiva donde la cultura popular comercial se ha enriquecido en forma diversa

e innovadora, generando un campo de profesionalización de los artistas de graffiti.

Así como la cultura pop y los medios masivos tienen una relación estrecha con las imágenes de graffiti donde los estilos que se generan con él se apropian de elementos de la cultura de consumo, a su vez que la cultura de consumo se apropia de los elementos estéticos del graffiti, generándose un fenómeno de influencia recíproca con implicaciones diversas en el campo de la comunicación. Así, las imágenes extraídas de las expresiones contraculturales como el graffiti, al ser absorbidas por el marketing y el mundo de consumo adquieren un arma de doble filo. Se popularizan de gran forma pero se ven afectadas ante la pérdida de raíces al presentarlas como mercancía, perdiendo su carácter transgresor. Utilizar imágenes influenciadas por el graffiti como publicidad en su mayoría obliga a respetar los intereses económicos del fabricante y a darle otro sentido a la creación gráfica en un proceso donde la producción de diseños confluye con el lucro comercial y las posibilidades tecnológicas de la industrialización masiva del producto, así como con la utilidad práctica de éste y sus atractivos estéticos. Por ello, el discurso individual del artista se ve sumamente limitado por los fines comerciales del producto.

En este contexto, el graffiti pierde su sentido como contracultura, pues deja de ser un acto de apropiación ilegal de los espacios públicos. Es precisamente ese carácter de irrupción es lo que le da su mayor acento contracultural, dado que su impacto radica en ser un acto de rebeldía o vandalismo, un acto socialmente rep-

robado por las normas establecidas, por lo que independientemente de las características estéticas de la imagen o la técnica con la que haya realizado, el graffiti entendido en su concepción original, implica una acción social orientada a la apropiación deliberada de una superficie visible para todos.

Esta influencia del graffiti como movimiento contestatario en productos comerciales, se debe en gran medida a los cambios ocurridos en las cultura juveniles a partir de la globalización como fenómeno social, pues todos los cambios tecnológicos y comunicacionales ocurridos a finales del siglo XX dieron lugar a nuevos movimientos contraculturales que se expresaron de variadas formas. Así, el surgimiento de un perfil y estilo de la cultura Hip-Hop estadounidense, tuvo una influencia significativa en la cultura pop americana y alcanzó gran impacto en las expresiones culturales juveniles de todo el mundo.

De esta forma, es necesario considerar la globalización como un fenómeno complejo, donde emergen nuevas formas de control social pero también nuevas culturas alternativas. Las políticas de comercio internacional, las innovaciones en materia de tecnologías de la información y comunicación, aunado al manejo de la comercialización y distribución, global, han dado lugar a una dinámica social y cultural de homogenización e interculturalidad acelerada, donde las ciudades occidentalizadas se convirtieron modelos que las otras ciudades pretendieron imitar. Las mismas pretensiones sobre el paisaje urbano y los mismos mecanismos de presión social sobre los jóvenes dieron lugar a que el graffiti se constituyera como una forma de expresión que se opone a los valores establecidos de control social.

El valor social del graffiti como parte de las subculturas juveniles está asociado a su reflejo del estilo de vida en zonas marginales urbanas, es decir los suburbios, barrios, guetos, favelas, villas que viven

en la marginalidad económica y social. El graffiti es un acto transgresor de la propiedad privada y del espacio público, es en una provocación visual al espectador con su estética irreverente, enigmática, cruda, incompresible para la mayoría que solo lo perciben como contaminantes visuales pero que ha generado un debate sobre arte, expresión urbana y espacios públicos, una subcultura que demanda gestos y respuestas diferentes a lo que vemos en la mayoría de los museos y galerías. Arte popular que se manifiesta en los sectores urbanos más marginales y que se arraiga en cualquier lugar donde exista la pobreza y la represión.

Una propuesta que crece en varias partes del mundo y que fusiona distintas expresiones ideológicas y culturales, el graffiti evoluciona como una hibridación de las culturas juveniles alternativas combinándose con corrientes musicales, ideológicas y tiempos distintos. También apuesta a la fusión de las matrices culturales tradicionales en los países con gran cantidad de migración y en los países mestizos donde la subcultura se fusiona con elementos y símbolos de las raíces culturales de los individuos mestizos e inmigrantes en sus nuevos contextos sociales.

El hibridismo cultural se ha convertido en una característica fundamental de graffiti, como consecuencia de los contrastes y los ámbitos intermedios en los que interactúan los habitantes de las ciudades donde las fronteras de lo moderno y lo tradicional son sumamente ambiguas. El graffiti, aparte de ser una experiencia artística y cultural, permite una gran cohesión colectiva pero que invita a una búsqueda constante de expresiones individualizadas.

En este sentido el graffiti ha proveído una sensación de pertenencia y arraigo entre sectores juveniles de las sociedades modernas, donde la marginación, la desintegración familiar y la falta de una identidad arraigada en la cultura e historia locales son constantes por todo el mundo.

Por ello, ha tenido tan importante acogida en los sectores con más pobreza, pues pertenecer a un crew provee una alternativa de arraigo y comunidad distintos a la que ofrecen las pandillas llenas de peligro y violencia.

El graffiti ha afectado profundamente a las personas que lo han practicado como un estilo de vida y no solo como un hobby. La cultura de graffiti genera para las personas que lo practican la posibilidad de hacer tantos amigos como enemigos, viajar a lugares inesperados, oportunidades de hacer negocios y obviamente la fuerte posibilidad de sufrir un arresto. Para algunos ha significado el reemplazo de una familia desintegrada y para otros la causa de la desintegración familiar. No sólo provee a los sectores más marginados de la sociedad oportunidad de reconocimiento, sino que proporciona una oportunidad de expresión creativa para los jóvenes que se encuentran en los núcleos de violencia, delincuencia y drogadicción donde viven los sectores marginales de la población.

En este sentido, se puede decir que el graffiti se pasó de un vandalismo egocéntrico a una aplicación legítima de arte, que en los muros urbanos plasma su existencia como un creador motivado por la voluntad de convertir un muro más en una obra de arte. Donde el entorno es modificado por la gente que lo habita, convirtiendo el espacio público en un medio de expresión artístico que ha aportado bastante al arte y a la gráfica contemporánea. Murales y expresiones gráficas clandestinas que se apoderan de un espacio en las ciudades y que se ganan el reconocimiento debido al impacto que generan, alejándose de las mercancías y patrones a los que estamos acostumbrados sin escandalizarnos. Imágenes efímeras cuya supervivencia resulta del azar o del control que los cuerpos policíacos tengan en las zonas y no en el reconocimiento o entendimiento de su estética. Un arte sin museos ni curadores cuyo objetivo es simplemente el ser visto.

Si pretendemos explicar con claridad la filosofía del graffiti, hay que empezar por establecer sus objetivos, los que impulsan a aquellos que deciden hacer de la escritura en los trenes o paredes, su vehículo de expresión. La discusión sobre los sitios donde se pinta también ha involucrado a los writers, pues algunos sectores se oponen a la intervención de monumentos históricos o sitios arqueológicos donde consideran que se transgrede no una propiedad privada sino un patrimonio histórico con valor cultural y que pertenece a toda la humanidad, por lo que debe ser protegido.

En este sentido vemos como el graffiti en su campo de acción, abarca varias dimensiones de la vida social que se relacionan con las formas expresivas que adoptan grupos determinados y que simbolizan con su acción el contexto social que viven y que se expresa mediante la irrupción gráfica de espacios comunes. Así en el graffiti encuentran un medio para comunicar diversos aspectos que obedecen a una realidad con problemáticas sociales. Ejemplo de esto son los artistas que buscan un campo de acción selectivo como los grupos que sólo pintan en muros de grandes compañías, anuncios publicitarios o de propiedad federal, así como otros que se proponen una reivindicación del acto como medio de protesta bajo un ideal político. También encontramos el graffiti de pandillas cuya intención radica en el control de un territorio donde se comunican mediante el lenguaje de la cultura local. Los writers de vagones de trenes de carga, o los artistas de intervención escultórica, donde el lugar y el momento son claves para su desarrollo.

Todo esto ocurre en un contexto donde las tecnologías de la información se han constituido como uno de los elementos fundamentales que conforman las culturas del nuevo milenio. La teoría de la comunicación en masas explica la forma en que se han modificado las sociedades mod-

ernas a partir de las redes digitales que, además de permitir la comunicación e intercambio de información en tiempo real, están afectando los procesos de construcción de identidades, pues las tecnologías traen consigo cambios cognitivos que transforman nuestra manera de percibir y estudiar a las sociedades.

Sin embargo, estas tecnologías forman parte también de los grandes intereses económicos que gobiernan las sociedades modernas. Consideremos que estamos inmersos en un mercado que opera bajo el marco de la Organización Mundial de Comercio, que es controlado a su vez por los grandes países industriales y por los grandes grupos multimedia, estos grupos constituyen descomunales monopolios que han acelerado la concentración de poder a escala planetaria en el sector, así como la creciente importancia de los operativos financieros en forma unilateral. La doctrina geopolítica de las hiperpotencias supone la continuidad de las inversiones simbólicas realizadas a través de medios virtuales, así como por la cultura de masas y los estereotipos del american way of life que se difunden por todo el mundo.

Con la entrada del nuevo milenio se fisura la legitimidad del discurso tecnoutópico. El atentado a las Torres Gemelas de NY, la guerra en Irak y el colapso financiero que se gesta en la administración de George W. Bush Jr., fragmenta en forma clara los mitos de la llamada "revolución de la información" que formula los retos geopolíticos a largo plazo vinculados al control del aprovisionamiento energético, pero también del control social mediante la apropiación de expresiones culturales que permitan legitimar ese estado de cosas.

En ese contexto, la presencia de una postura crítica por parte de los movimientos juveniles que utilizan el graffiti, me parece de suma importancia pues coloca la resistencia cultural de la mano de la resistencia política y permite un vínculo directo

entre el espectador y su entorno mediante grandes posibilidades comunicativas que incorporan la práctica política a sus expresiones artísticas.

Los valores de las sociedades modernas han conducido a un desarrollo en la industria de las comunicaciones donde la cantidad de información que puede manejar un individuo es extensa y sus posibilidades son infinitas, la virtual prueba de esto es el internet. En él no existen fronteras para la circulación de creaciones gráficas, cuyas modalidades son enormes tanto en formas como en contenidos, se podría decir que es el medio de comunicación en el mundo con mayor libertad de expresión. Esto hace del Internet la mejor herramienta en los massmedia para la promoción de actividades culturales alternativas permitiendo un avance sin precedentes en cuanto a libertad de expresión para las nuevas generaciones.

La legitimidad nuevamente conquistada de medios como el internet, permite un adelanto significativo en la posibilidad de comunicación social. La faceta de reapropiación de los medios, debe empezar a resonar en la conciencia ciudadana como impostergable. En los últimos veinte años se incrementó de manera considerable el cuestionamiento de los receptores de los medios frente a las empresas mediáticas que consideraron inadecuado su funcionamiento pues está basado en una brutal asimetría respecto a las posibilidades de ser escuchados y cada vez se hizo más evidente la necesidad de revertir esta situación. La conciencia creciente de estas condiciones entre los medios críticos, impulsa el debate sobre globalización, cultura y comunicación donde se han manifestado de forma clara diferentes facetas de lucha y resistencia en el campo cultural que se resisten al auge de la fetichización de la mercancía como consumo cultural y están utilizando el graffiti para expresarlo.

Cuando en los años sesenta del siglo pasado mucha gente empezó a hablar de

la sociedad de imágenes, esto significó el aumento cuantitativo de imágenes teniendo funciones importantes en la cultura popular. Sin embargo los cambios que siguieron después tienen una naturaleza más cualitativa que se relaciona con la importancia que ha adquirido la conciencia social en la mediatización cultural, porque es ésta la que será capaz trascender los modelos dominantes expuestos en esta tesis. En este sentido me parece claro que el término de graffiti implica una gran cantidad de fenómenos que obedecen a la situación social de los jóvenes del mundo a finales del siglo XX y principios del XXI, donde se agrupan diversas técnicas y estilos que se incluyen bajo el concepto de la intervención pública.

Al respecto surgen varias interrogantes que creo sería pertinente que se abordaran en análisis posteriores: ¿cuál es la posibilidad de institucionalización del graffiti? ¿en qué sentido y bajo qué marco sería posible? ¿cómo se puede regular una actividad opuesta a las normas? ¿cómo evolucionará estéticamente? ¿se pueden comercializar estas expresiones gráficas sin perder su carácter contracultural?

Recordemos que hasta ahora la comercialización de la imagen de graffiti ha caminado por dos sendas: por una parte, la versión más banal y consumista que en muchos sentidos han viciado su contenido, mientras por el otro lado han surgido propuestas novedosas que han trascendido culturalmente, mantenido su sentido crítico y su vínculo con los movimientos alternativos. Cada sociedad y cada cultura le ha impreso su sello, pero al mismo tiempo se ha mantenido como un lenguaje universal que comunica y conecta a grupos de las más diversas latitudes. En México el fenómeno del graffiti tiene su propia historia, una historia de la que se ha escrito poco y que sería bueno rescatar en otro estudio, pues excede los objetivos de este trabajo pero que, dado los antecedentes

que presenta, puede servir para pensar el desarrollo y el sentido del graffiti en nuestro país.

GLOSARIO

Escritor o writer – Artista del graffiti que generalmente trabaja con letras o tags.

Crew- Una organización de grupo de escritores de graffiti que generalmente utilizan siglas y/o números como nombre.

Tag- Signatura estilizada del escritor de graffiti, usualmente solo en línea.

Throw – up o Bombas. Mas complejo que el tag, pero simple en diseño , usualmente consiste en letras con cuerpo redondeadas semejantes a burbujas, diseñadas para poder ejecutarse de forma rápida.

Pieza (piece o masterpiece)– Graffiti grande con fondo y varios colores.

Personaje (character) – Elemento figurativo de una pintura de graffiti usualmente caricaturizado o realizado en forma realista.

Graffiti de planilla o estencil – Técnica en la que se hace un calado sobre una superficie rígida para crear una planilla con la que se puede reproducir una imagen en serie con pincel o aerosol.

Graffiti de Sticker o calcomanía- Estilo de graffiti que consiste en pegar en espacios públicos cualquier superficie impresa, pintada o tallada.

Graffiti de logo o icono – Estilo de graffiti que consiste en la creación de emblemas o logos llamativos.

Mural – una pieza de grandes dimensiones creada en una pared sin importar el estilo o la técnica.

Buff - Se refiere al proceso de remover graffiti de cualquier superficie a travez de cualquier combinación de metodos. Usualmente utilizado por cuerpos policíacos o de mantenimiento responsables de eliminar graffiti de las superficies.

Graffiti moderno o graffiti Hip-Hop – Movimiento que se origina en los años 60 en E.E.U.U., que tiene su epicentro en Nueva York, con gran influencia de la cultura Hip-Hop, y que tuvo gran impacto en todas las ciudades del mundo. Este movimiento sentó las bases en estilo, técnicas y términos del graffiti moderno de finales de siglo XX.

Postgraffiti o neograffiti – Evolución de técnicas y estilos dentro de la cultura del graffiti de principios del siglo XXI, que van más allá de los conceptos tradicionales del graffiti moderno.

Arte urbano – Término genérico para referirse a las expresiones artísticas desarrolladas en los espacios urbanos.

Hip-Hop – El Hip-Hop es un movimiento cultural que se desarrolló en la ciudad de Nueva York a principios de los años setenta en las comunidades de afroamericanos y latinos. Los cuatro elementos principales del Hip-Hop son el MC (Maestro de ceremonias), el Disc Jockey, el B-Boy o B-Girl y el graffiti. Otros elementos dentro de la cultura son el beatbox, la moda Hip-Hop y los "slangs" o los términos locales.

DJ o Disc Jockey - Un disc jockey o deejay, comúnmente abreviado como DJ, es el encargado de escoger, poner y mezclar la música, grabada en discos, en fiestas, discotecas, en la radio, etc. Aunque la práctica empezó con discos de vinilo, puede llamarse DJ a quien ambienta con música mediante cualquier otro sistema de reproducción, o a través de secuenciadores electrónicos.

MC – de Maestro de Ceremonias, rapero o cantante de rap.

B-boy, B-girl - La palabra B-boy es el nombre original con el que se conoce a la persona que baila B-boying. Se usa también B-girl o Flygirl para el género femenino. El Jamaicano DJ Kool Herc utilizó este nombre, Break-Boy o Bboy, para referirse a los jóvenes que acudían a sus fiestas y bailaban durante los "Breaks" que el pinchaba. El Bboying es popularmente más conocido como Break Dance (nombre comercial impuesto por la prensa, en sus inicios).

El chat -Término proveniente del inglés que en español equivale a charla), también conocido como cibercharla, designa una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de Internet entre dos o más personas.

Blog - Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos, artículos e imágenes de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

BIBLIOGRAFÍA

Acha, Juan. (2000). *Introducción a la teoría de los diseños*. Trillas. México.

Agustín ,José. (1996) *La Contracultura en México*, Grijalbo, México.

Berthoud, G. (1992). "Market" . En Sachs, Wolfgang(Ed.). *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*. Zed Books. Londres.

Bonfil Batalla, Guillermo (1991) *Pensar Nuestra Cultura: Ensayos*. Alianza, México.

Bou Louis Street Art (2005) *Graffiti Stencils Stickers Logos Editorial*. Instituto Monsa Ediciones, S.A. Barcelona

Castells, Manuel (2001) *La galaxia internet* Ed. Plaza & Janes. Madrid España

De la Torre, C. (2008) *Conciencia de la mismidad: identidad y cultura cubana*.

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/cips/caudales05/Caudales/ARTICULOS/ArticulosPDF/0109D008.pdf>

Dorantes Gómez Mauricio (2008) *El debate sobre la globalidad: Orígenes, formulaciones y la visión económica alternativa*. Tesis de Licenciatura, Departamento de Relaciones Internacionales, Universidad de las Américas Puebla.

Eco, Humberto (1978), *El superhombre de masas*, Ed. Lumen, Barcelona.

Ehrenfeld Noemí (2005) *Murografismos* Editorial UAM.

García, Canclini (2004) *Culturas juveniles en una época sin fronteras*. *Revista Jovenes, Revista de Estudios sobre Juventud*. Número 20. enero-julio 2004.

Gnaz Nicholas (2004) *Graffiti Arte Urbano de los cinco continentes*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona.

Gomis Joan(2001) (editor) *Un Sueño de Igualdad Martín Luther King* .Edit. Los libros de la Catarata. Madrid

Gooran Sonesson (2005) *La semiótica de las imágenes: De la reproducción mecánica a la reproducción digital*. en Espinosa Vera Pablo (compilador) (2005) *Semiótica de los Mass-Media – imperio del discurso de la comunicación global*. Edit. Océano México

Gutiérrez López María Asunción (2005) *Internet y libertad - Ampliación tecnológica de la esencia humana*, Edit. *Comunicación Social*. Ediciones y publicaciones, Sevilla.

Huici Modenes Adrian y Antonio Pineda Cachero(2004) *Propaganda y Comunicación, Una Aproximación Plural*. *Comunicación Social* . Ediciones y Publicaciones, Sevilla.

Jalata Asafa (2004) *Fighting against the injustice of state and Globalization..* Edit. Palgrave.

Kevern Verney (2003) *African American and US Popular Culture*. Edit. Routledge Taylor & Francis . New York

Krauze AnnaCarola (1995) *Historia de la Pintura – Del Renacimiento a nuestros días*. Edit. Koneman .Alemania

Malcom X (2004) *Vida y voz de un hombre negro. Autobiografía y selección de discursos*. Edit. Txalaparta

McLuhan, M(1980) *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. Ed. Diana. México.

de Mooil Marieke (2004) *Consumer behavior and culture – Consequences for global Marketing and Advertising*. Sage Publications, Inc. E.E.U.U.

Martinez Casanova Manuel. *Cultura popular e identidad*.
http://www.filosofia.cu/contemp/manuel_martinez001.htm

Milton Glaser, Marko Ilic (2006) *Diseño de Protesta*, Edit. Gustavo Gilli. Barcelona

Roger Gastaman, Darin Rowland, Ian Sattler (2006).*Freight Train Graffiti*. Edit. Thames & Hudson. UK,.

Espinosa Vera Pablo (2005) (compilador) *Semiótica de los Mass-Media, imperio del discurso de la comunicación global*. Edit. Océano México

Peet, R. (1999). *Theories of Development*. Gilford Press .Nueva York.

Perdicot , Jordi. (2004) *Servirse de la Imagen – Un análisis pragmático de la imagen*. Editorial Ariel, S. A. Barcelona

Schuurman, F.J.(1993). *“Introduction: development theory in the 1990’s”, en Schuurman, F. J(1993.). Beyond the impasse: New directions in development theory*. Zed Books. Londres & Nueva York:

Villena Luis, Antonio (1975) *La revolución cultural. Desafío de Una Juventud*. Editorial Planeta, Barcelona.

Williams Raymond (1976) *Cultura, Sociología de la Comunicación y el Arte*. Ediciones Paidós, Barcelona

Zimmermann , Yves, *¿Qué es diseño?* Texto inédito.

Bibliografía de imágenes

Publicaciones:

(2005) *Banksy. Wall and Piece*. Edit. Century, UK..

Agustín José, (1996) *La Contracultura en México*. Grijalbo, México.

Bou Louis (2005). *Street Art. Graffiti Stencils Stickers Logos..* Edit. Instituto Monsa Ediciones, S.A. España.

Gastaman Roger, Rowland Darin, Sattler Ian (2006). *Freight Train Graffiti*. Edit. Thames & Hudson, UK.

Shove, Gary. (2008). *UNTITLED, STREET ART, IN THE COUNTER CULTURE*. Edit.Pro-Acif Communications. UK.

Revista *GRAFFITI ALL STARS. Worldwide Characters*. Número 5 Agosto 2009

Páginas Web:

http://1.bp.blogspot.com/_rFsdqS2Rwc/SXtXI_LsbBI/AAAAAAAAABA/I2_Dod4C8YE/s400/Rosa-parks_bus.jpg

http://1.bp.blogspot.com/_zqFoq3qej2c/SGg6ejKlovI/AAAAAAPwQ/8DEaOK8IqWs/s400/all-city-nrg-arizona.jpg

http://2.bp.blogspot.com/_rLcbZVGkVAA/SQW1ltTE7xi/AAAAAAAHk/8dN_TjGhepE/s400/c.legs,+Graf+Rock.jpg

http://3.bp.blogspot.com/_lenzLM0dIG0/R4QRJPg4uUI/AAAAAAAAGE/n0b4U8Wz2G0/s320/foto.jpg

[http://3.bp.blogspot.com/_c3uAq-mZX4A/R1MPqBVZVml/AAAAAAAAAPc/Su-qTz5pBYws1600-R/kreutzburg\(2nd\)_2.jpg.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_c3uAq-mZX4A/R1MPqBVZVml/AAAAAAAAAPc/Su-qTz5pBYws1600-R/kreutzburg(2nd)_2.jpg.jpg)

http://4.bp.blogspot.com/_6cNohdkdGv0/SaI3y1m0Bnl/AAAAAAAAApY/5mCXADphlf0/S660/box-staemusicT25280.jpg

http://c2.api.ning.com/files/nuvKbiBXabnp7hNcmXt3eAezpJVDs6BK4*oCDeKF4OcrdRnv6By2qZZaDit9DthtDqk1ihWUpH7MXCspzFbykmx8h-Ddl6G/Tupac_Shakur_Graffiti.jpg

<http://cloutonline.com>

<http://depthome.brooklyn.cuny.edu>

<http://dublindailyphoto.files.wordpress.com/2008/04/dscf1309.jpg>

http://farm3.static.flickr.com/2550/3801832409_7ddfe5f6e4.jpg

http://farm3.static.flickr.com/2208/2336200461_6d0606da23.jpg?v=0

http://farm4.static.flickr.com/3361/3252448386_62101d210f.jpg - wildstyle supher.jpg

http://farm4.static.flickr.com/3396/3595014790_bd209b4d4b.jpg

<http://fatherpaulwashinton.com>

<http://flickr.com/photos/stuttermonkey/17315580/>

http://freedomarchives.files.wordpress.com/2009/01/malcolm_speaking.jpg

http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg

http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg

http://g-ecx.images-amazon.com/images/G/01/books/promos/8938_revolt_min_final_LG.jpg

<http://graphics8.nytimes.com/images/2006/08/24/world/24mexico600.2.jpg>

<http://hypesociety.files.wordpress.com/2009/02/louis-vuitton-skam-toronto-1.jpg>

http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html

http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008_07_01_archive.html

<http://ifitshipitshere.blogspot.com/2008/07/tag-youre-it-graffiti-is-appearing.html.jpg>

http://irisindc.files.wordpress.com/2009/02/malcomx_e_mlking.jpg

<http://itsnicetobeimportantbutismoreimportanttobenice.files.worldpress.com>

<http://kanardo.files.wordpress.com/2007/10/akroe.jpg>

http://keusta.net/blog/images/graffiti/charenton/Spot_Stack_battle_big.jpg

<http://kellylowenstein.files.wordpress.com/2009/01/2008-04-dr-martin-luther-king-jr.jpg>

<http://manuelhernandeziglesias.files.wordpress.com/2008/12/martin-luther-king1.jpg>

<http://media.photobucket.com/image/wild%20style%20graffiti/supertouchblog/DSC09330.jpg.jpg>

http://media.photobucket.com/image/3d%20style%20graffiti/ardcormassive/Bomber_Style_by_ardcor.jpg

<http://negroartist.com>

<http://pocketcalculatorshow.com/boombox/graphics/wildstyle-gf575.jpg>
<http://repo.sneak.co.nz/image/630/630/0/fff/repo-images/daim-3d-graffiti-1.jpg>
<http://s3.amazonaws.com/bzzagent-bzzscapes-prod/graffiti-coke-lrg.png>
<http://spanish.monterrey.usconsulate.gov/uploads/images/42z5muXH-X1IYpTKbNZHQ/malcomx.jpg>
<http://thumb2.visualizeus.com>
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/b/b6/Naughty_Bye_Nature.jpg
<http://world-graffiti.com.jpg>
<http://www.britanica.com/psychedelic/images/opsyroc099p1.jpg>
<http://www.cev2009.cl>
<http://www.examiner.com>
http://www.filmreference.com/images/sjff_01_img0304.jpg
<http://www.freshnessmag.com/wp-content/uploads/2009/05/zoo-york-artist-series-01.jpg>
<http://www.focusonstyle.com/ny.jpg>
<http://www.graffititechnica.com>
http://www.graffwriter.com/images/_GW_Logos/GW_Intro.jpg
<http://www.handselecta.com/>
<http://www.holamun2.com/files/images/mun2-images/news/daily-dos/daily-dos-life-after-death.jpg>
<http://www.impactlab.com/2008/04/16/graffiti-taxonomy/>
<http://www.ironlak.com/images/family/bates/bates-graffiti-ironlak-09.jpg>
<http://www.kasino.com.au/masters/tracy168.jpg>
http://www.kirkwood.k12.mo.us/parent_student/KHS/arenske/till.jpg
<http://www.kinosvetozor.cz>
<http://www.knowngallery.com/uploads/Image/adultswim4.jpg>
<http://www.metroactive.com/papers/metro/11.28.02/gifs/afrika-0248.jpg>
<http://www.scraft.net/images/logo-graffiti.jpg.jpg>
http://www.sleepingfish.net/5cense/Mexican_Memes/02_EZLN_zapatista_pixie.JPG