



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**FORMAS DE LA CULTURA: EL GRAFFITI Y STREET
ART, UNA VISIÓN DESDE ADENTRO**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

PRESENTA:

GLORIA ESMERALDA VALLADARES FONSECA

DIRECTOR: LIC. RAFAEL GUTIÉRREZ BENJAMÍN

REVISOR: MTRO. JUAN CARLOS HUIDOBRO MÁRQUEZ

SÍNODO: MTRA. TANIA JIMENA HERNÁNDEZ CRESPO

DR. RAFAEL LUNA SÁNCHEZ

DR. ADRIÁN MEDINA LIBERTY



CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2021



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

“Cuando menos, lo importante es reconocer, en toda vida humana colectiva, esa región lúdica que invade la existencia, empezando por la divagación, el sueño o la ensoñación, la convivialidad, la fiesta y las innumerables especulaciones de lo imaginario.”

Jean Duvignaud.

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CAPÍTULO 1. EL MUNDO DEL <i>GRAFFITI</i> Y DEL ARTE CALLEJERO: UN REPASO POR SUS ANTECEDENTES LÚDICOS.....	10
1.1 El contexto social de una contracultura y su juventud	11
1.2 El antecedente mítico del Street Art: el <i>graffiti</i>	16
1.3 La evolución del <i>graffiti</i>	19
1.3.1 Un encuentro actual con los estilos de <i>graffiti</i>	22
1.4 Pintas y placazos: la presencia del <i>graffiti</i> en México	28
1.5 Los pioneros del arte callejero o Street Art	30
CAPÍTULO 2. HACIA UNA COMPRENSIÓN DE LA CULTURA Y SUS ELEMENTOS LÚDICOS	33
2.1 El juego como cultura: una aportación desde la historia	33
2.2 Los elementos del espacio lúdico: la cultura y la ciudad ...	35
2.2.1 Pensar la cultura allende las mercancías	36
2.2.3 Pensar la ciudad allende las plazas comerciales	37
CAPÍTULO 3.LA CONSTRUCCIÓN LÚDICA DEL <i>STREET ART</i> Y <i>GRAFFITI</i>.....	41
3.1 Una visión desde afuera, de la juventud y sus prácticas. ...	41
3.2 Una visión desde adentro: los jóvenes como creadores de una cultura lúdica	47
3.3 Conformando el carácter lúdico de las prácticas callejeras .	52
3.3.1 Un título afectivo y prestado: “El andar como práctica estética”	53
3.3.2 Un espacio de manifestación: la ciudad y sus calles	54
3.3.3 La narrativa o de la memoria	56
3.3.3 El lenguaje como rasgo lúdico y cultural	57
CAPÍTULO 4. UNA OPCIÓN FENOMENOLÓGICA PARA DESCRIBIR UNA FORMA DE LA CULTURA.....	59
4.1 Método: Los extraños que investigan desde dentro	62
4.2 Objetivo	65
4.3 Técnica: la entrevista en profundidad	66
4.4 Procedimiento: creando una red social cara a cara	68

4.4.1 Participantes	69
4.4.1.1 Primer informante: <i>Geder</i>	69
4.4.1.2 Segundo informante: <i>Zugor</i>	72
4.5 La narración: una forma lúdica para presentar resultados ...	73
5. RELATOS.....	76
<i>STREET ART: LA CALLE ES DE QUIEN LA TRABAJA</i>	77
<i>BOCETEAR PARA LA CALLE</i>	100
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	108
6.1 Hallazgos sobre lo lúdico y la cultura	108
6.2 Hallazgos: El Street Art en México, sus formas y espacios .	113
CONCLUSIONES.....	126
REFERENCIAS.....	132

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo lograr un acercamiento con dos formas de la cultura: el *graffiti* y *Street Art*, mediante el contacto con dos representantes de dichos movimientos. Para lograr un acercamiento más genuino se optó por una investigación cualitativa conocida como visión desde adentro.

En el primer capítulo se presenta una breve historia del *graffiti*, y de cómo se fueron generando otras formas lúdicas de las prácticas callejeras. En el segundo capítulo se aborda el tema de la cultura y de los elementos que están presentes en la cotidianidad de las prácticas del *graffiti* y *Street Art*, mismos que dejaron al descubierto otra idea de cultura. Es en el tercer capítulo que se rescata la visión desde adentro, misma que da paso a la descripción de los elementos lúdicos del *graffiti* y *Street Art*. En el cuarto capítulo se da cuenta de la técnica y el procedimiento realizados para lograr un acercamiento desde adentro, con los informantes: Geder y Zugor. En el punto cinco se presenta el resultado narrativo de las entrevistas realizadas a los dos artistas callejeros. En el apartado número seis se manifiesta sólo una pequeña parte de la documentación realizada mediante el vagabundeo o callejeo que requería este tipo de investigación psicosocial y que presenta otras formas culturales cotidianas. Por último, se presenta la discusión y las conclusiones para retomar y rescatar que la cultura es psicosocial y como tal: lúdica.

Palabras clave: graffiti, Street Art, cultura, juego, ciudad.

INTRODUCCIÓN

Al moverse por las calles de cualesquiera barrio, colonia o calle, es común tropezar la mirada con imágenes hechas de ciudad, aerosol, vinil y hasta de papel bond luciendo eclécticos colores y contenidos, ya sea en un señalamiento de tránsito, en la banqueta o en lo alto de un puente vehicular, trayendo a nuestra memoria conceptos como: *graffiti*, vandalismo, ilegal, rayones, *jóvenes* -conceptos que han denotado la marginalidad en la cual se circunscriben estas expresiones callejeras-.

Varias disciplinas han puesto su atención en este fenómeno cultural desentrañando temas de tipo semiótico, antropológico, arquitectónico, pedagógico, artístico visual, entre otros. Sin embargo, dada la naturaleza cotidiana de esta práctica urbana que queda sujeta a la mirada del otro, no es interés del presente trabajo sólo narrar a partir de las interpretaciones que uno haga de lo que ve plasmado en las calles o de los análisis lingüísticos que se obtengan después de algunas entrevistas, pues aunque exista un acercamiento a los actores sociales, estas actividades se presentan con el fin de dilucidar una idea planteada con anterioridad al contacto con éstos, olvidando al artista y su atmósfera, haciendo difícil un entendimiento sobre lo que es el arte callejero desde dentro, es decir, directamente de sus creadores y experiencias para develar al artista callejero y no a un sujeto de investigación, así como la variedad de prácticas urbanas referentes a este movimiento cultural, las motivaciones e intenciones para insertarse en este mundo, los amigos, los sueños, entre otras situaciones lúdicas poco mencionadas.

Es así como la idea de esta tesis surge de un interés por la cultura y sus prácticas lúdicas, por aquello que surge en la calle y que no es funcional para un sistema que tiene otras aspiraciones, es decir, que es entera y puramente juego; surge también por el interés de conocer directamente a esos seres “anónimos”, de los callejeros o vagabundeos -es decir, de aquel *flâneur* que todos llevamos o al menos deberíamos llevar dentro- que me entretienen cotidianamente y que a simple vista son una pérdida de tiempo, pero que han alimentado el método y la técnica de este trabajo ampliamente porque es la mejor forma de conocer la ciudad, la calle, la colectividad, la cultura:

En sus orígenes, la psicología social en México se interesó por la cultura, por lo que la gente común y corriente decía, hacía o pensaba, y no buscaba respuestas ni soluciones, era más comprensiva que explicativa, más descriptiva que analítica, más vivencial que comportamental. (Navalles, 2014, p. 95)

Para lograr un acercamiento comprensivo al tema aquí presentado se optó por una metodología fenomenológica que fuese fiel a la perspectiva de los hacedores de arte callejero, pues desde que surgió el *graffiti* como hoy lo conocemos, se le ha mirado como una plaga dentro de un sistema que no puede controlar a sus habitantes, dejando claras las ideas que se suponen acerca de los usos del espacio dentro de una ciudad, de lo público y de lo privado, de lo permitido y de lo ilegal.

La intención entonces es introducirme en el espacio donde se desenvuelve el juego del arte urbano para descubrirlo. Desde afuera se puede presuponer la atmósfera de marginalidad en la que se encuentra el arte callejero, principalmente aquellas expresiones hechas de aerosol y que pueden simplemente representar la firma del artista o un pequeño ensayo de lo que les espera a las paredes que se encuentren en el camino cuando se haya adquirido mayor experiencia. Dentro de esta perspectiva exógena parece más sencillo criminalizar algo que no puede ser inmediatamente consumido, mucho menos capitalizado para aterrorizar los tranquilos hogares de los buenos ciudadanos, encasillando las prácticas urbanas como peligrosas, sucias, criminales, donde “en un gran número de casos, el grafiti se presenta como un mecanismo de interpelación al poder, sea de la propiedad privada, de la estética convencional o de la moral instituida en el discurso de las buenas costumbres” (Araiza y Martínez, 2016, p. 111).

Hoy día y no sólo en este país, las concepciones sobre los *grafiteros* u otros *artistas callejeros* se mantienen desde afuera, aportando soluciones que han dado lugar a otras formas de expresión en aerosol como aquellas actividades donde se les permite pintar paredes y son contratados para mejorar o rescatar espacios públicos, aunque aún prevalecen aquellos creadores que se mantienen en el anonimato siendo percibidos como vándalos sin oficio ni beneficio, subestimando sus creaciones. Esto ha generado marcadas diferencias entre un artista urbano y un grafitero, como si la palabra artista validara sus acciones. Dichas situaciones se podrán reconocer en los relatos obtenidos gracias a las entrevistas realizadas a dos artistas callejeros ilegales.

Tanto la calle como lo que en ellas encontramos cotidianamente se crean de manera mutua, por ello he optado por mirar el arte urbano y a sus creadores como una forma lúdica de la cultura, basando la perspectiva de esta tesis en el trabajo pionero de Johan Huizinga. En el transcurso de la realización de esta investigación en conjunto con los resultados obtenidos y la perspectiva final que se da a las narraciones obtenidas de los actores sociales entrevistados se pretende ir develando ese espíritu lúdico.

El objetivo principal de la investigación aquí presentada es lograr un acercamiento desde dentro, es decir, un acercamiento hacia quienes viven y hacen esta práctica callejera, sin anteponer una hipótesis sobre lo que debe encontrarse en este mundo, sino conocerlo directamente. Si bien, no se entrega una correlación de variables, un análisis conductual o un manual que indique por qué se hace *graffiti* u otra práctica urbana, sí se presentan los relatos de dos hacedores de arte urbano o callejero, de dos jóvenes que permitieron mi inmersión en una cotidianidad que me es curiosa y encantadora, que también me regalaron parte de su trabajo o que me *conectaron* con otros artistas, que me dejaron no sólo ver y oír sobre su mundo, sino ser parte de él. Por la misma razón es que se ha optado por abarcar un tema pocas veces mencionado en las investigaciones de índole social: el juego y su influencia en la cultura, siendo ésta la perspectiva que permitirá reconocer una forma de la realidad que generalmente se asocia al vandalismo y criminalidad.

CAPÍTULO 1. EL MUNDO DEL *GRAFFITI* Y DEL ARTE CALLEJERO: UN REPASO POR SUS ANTECEDENTES LÚDICOS.

En este capítulo se abordarán *grosso modo* los temas asociados al *graffiti*, partiendo de sus múltiples contextos -mismos que le abrieron la puerta al *Street Art* para difundirse por el mundo- permitiéndole una diversificación en sus técnicas y formas de “hacerse ver” (Ganz, 2010) así como de sus antecedentes, los cuales nos dejarán entender la atmósfera con la cual se fue creando el juego de aerosol que se mantiene vivo actualmente.

Considero pertinente mencionar que existe un debate común al hablar de *graffiti*, *arte urbano* y *arte callejero -Street Art-* ya que algunos investigadores como Fernández (2018) señalan que este último no es producto derivado del *graffiti*, sino un contemporáneo que abarca expresiones distintas de las hechas con aerosol o marcadores, permitiéndose dar una distinción, pues también se encuentra el término *arte urbano* el cual podría ser más acertado para connotar dicha diferencia, ya que el *arte callejero* implica otras formas de expresión como las musicales o histriónicas (performance). Otros autores como Bou (2005) defienden que el *Street Art* proviene directamente del movimiento de *graffiti* neoyorquino, pero que evolucionó a otras formas y estilos como: *stencil*, *stickers*, *pósters*, *acrílicos* aplicados con brochas de pintura, entre muchos otros.

En la investigación aquí presentada se apela al uso de los diferentes términos sin exigir la distinción de un solo concepto, ya que como procesos psicosociales ambas expresiones mantienen una estrecha relación que no es casual. Así pues, será notorio que se vague entre los términos *graffiti* y *Street Art* para hacer referencia a las prácticas urbanas culturales y lúdicas como *graffiti*, *sticker*, *propagandas*, etcétera.

1.1 El contexto social de una contracultura y su juventud

Es común pensar que la cultura son aquellas expresiones que se presentan en algún instituto -o cualquier otro lugar que suene importante o por lo menos que provengan de ese lugar- denotando que la cultura es algo que debe estar aprobado y ser bonito para la población en general. Como menciona Fernández (2004a):

El término Cultura parecía tradicionalmente connotar bien la idea de un pensamiento completo de una sociedad mental, antes de que a los neoliberales del siglo XX se les ocurriera la feliz ecuación de que, si la mercancía es cultura, entonces la cultura se puede volver mercancía. (p.21)

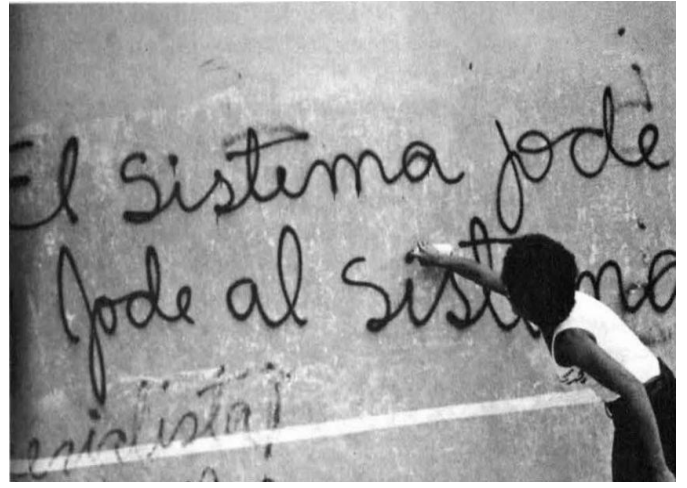
Siendo así, las expresiones que difirieron de esto se relegaron al campo de la contracultura o subcultura¹, no obstante, estos términos

¹ Por un lado, el concepto de *Subcultura* proviene de los estudios hacia las manifestaciones juveniles de la Posguerra, en los años 70 en Inglaterra, Hedbigge (2002, citado en Arce, 2008) lo define como grupos que “rechazan la cultura dominante, con gestos, movimientos, poses, vestidos y palabras, expresiones que manifiestan sus contradicciones y negaciones hacia la sociedad”, los estudios de estos grupos se centraron más en las desviaciones, llámense delincuencia, pobreza, etcétera- Por el otro, *Counterculture*, es un concepto heredero del movimiento hippie de los años 60, cuyas investigaciones comenzaban a mirarse no sólo desde sus características negativas, José Agustín (citado en Arce, 2008) lo explica así: “una serie de movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, *colectivos*,

indican que son una alternativa a lo que la sociedad impone, pero que suponen dificultades para ser considerada dentro la idea general que se tiene de la cultura, principalmente porque son actividades “improductivas” que surgen del ocio y de los jóvenes -estos últimos como personajes característicos del *graffiti* y *Street Art*- y que, a pesar de esto, han dado lugar a distintas formas de pensamiento que se caracterizan por conductas, comportamientos, expresiones o un lenguaje característico que denota su inconformidad con el *statu quo*. En otras palabras, la contracultura o subcultura engloban una desilusión juvenil (Clark, 1976; Bennet, 2001, citados en Arce, 2008). A pesar de sus características de oposición, estas formas de pensamiento no dejan de ser cultura como las “autoridades” de este gremio nos lo quieren hacer pensar, pues aquello que es parte de la sociedad, del mundo en el que vivimos, pensamos y sentimos es esta misma (Fernández, 2004a).

Aclarado esto, me remontaré a dos décadas que sobresalieron como contraculturas y que fueron la atmósfera que cobijó el surgimiento del *graffiti* y de otras representaciones artísticas callejeras: la de los años sesenta y setenta, donde existía una atmósfera sociopolítica llena de disgustos caracterizada por grandes movilizaciones juveniles como el movimiento estudiantil y obrero de Francia en 1968 -*Mayo Francés*-. En México, el movimiento estudiantil, también en 1968, y que dejó una huella en la memoria colectiva con la masacre en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco; o las manifestaciones pacifistas estadounidenses en contra de la Guerra de Vietnam vía los jóvenes “hippies” desenfadados, promotores del amor libre (Cruz, 2008). Estos movimientos son sólo algunos de los ejemplos de juventudes hastiadas.

que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional”



AGN, Hermanos Mayo Cronológico, sobre 24599, CIG.



Imagen 01. “La politique a tous” París, 1968; Imagen 02. “El sistema jode, jode al sistema” México:Gaceta Universitaria, 1968; Imagen 03. “Los tres gorilas GDO, Cueto y Corona” México: AGN, Hermanos Mayo Cronológico, 1968; Imagen 04. “Tierra para todos; Luchamos por los derechos del pueblo mexicano; Democracia sí, muera la tiranía” México: Pedro Meyer, 1968.

Dentro de la atmósfera del *Street Art* y *graffiti* no puede pasar desapercibido el espacio en el que se manifestaron. Se reconoce a Estados Unidos como el país donde se encuentran las dos ciudades míticas que albergaron el surgimiento del *graffiti*. También resulta importante describir la atmósfera de este país -con una historia constante de inmigración- para ir comprendiendo estas formas de la cultura.

En 1929, Estados Unidos vivió la mudanza de agricultores a las grandes ciudades, sin embargo, la situación económica del país los mantuvo en un estado de pobreza, imprimiendo rasgos a los nuevos barrios que ellos iban conformando en otros espacios. Las comunidades latina, negra y asiática fueron los grupos poblacionales inmigrantes más representativos, lo cual dio lugar a posturas radicales en contra de éstas (Cruz, 2008), a favor del llamado *Melting Pot*², generando en sus ciudades el reflejo de tales injusticias, como bien indica Cruz (2008): “Nueva York, Boston, Chicago y San Francisco eran ciudades industrializadas, pero también fragmentadas. Mientras se podía disfrutar de maravillosos museos, universidades y bibliotecas públicas, existían crecientes suburbios en donde se gestaron los barriobajos ‘infestados’ de población negra y latina” (p. 141).

Las acciones “legales” y fundamentadas en la segregación racial dieron como resultado una lucha por los derechos civiles, cuya efervescencia sucedió entre 1955 y 1968 mediante la resistencia no violenta. Los boicots de la comunidad afroamericana inspiraron la lucha por sus derechos a otras minorías como los latinos, asiáticos, indígenas, homosexuales (Cruz, 2008; Couvreur, 2016) e incluso para los movimientos radicales feministas. A finales de los años 60, las

² Fue un proyecto de identidad y unidad nacional en Estado Unidos, que buscaba la verdadera cohesión de los grupos sociales en un gran Estado-nación (Suárez, 2005).

minorías de barrios debían defenderse por sí mismas, y es entonces que surgen las bandas o *gangs* (Cruz, 2008) convirtiéndose en otra de las características míticas del *graffiti*: los *crews*.

Estos acontecimientos de lucha ciudadana a nivel mundial, no sólo se representaron mediante los boicots a autobuses o manifestaciones, pues sus ideas también comenzaban a experimentar otras formas de aparición:

Durante las revueltas estudiantiles de las décadas de 1960 y 1970, los manifestantes expresaron sus puntos de vista mediante pósters y pancartas. Los estudiantes franceses recurrieron a la técnica del *pochoir* -término francés para designar el *graffiti* realizado con plantilla- precursora del actual movimiento del stencil (*graffiti* con plantilla). (Ganz, 2010, p. 8)

Otra de las minorías que también luchó por sus derechos civiles a través de prácticas callejeras fueron los *chicanos*, quienes buscaban rescatar su identidad mexicana en un país que sólo les ofrecía el campo como oportunidad de trabajo.

De acuerdo con Suárez (2005), los *chicanos* tomaron la imagen de la virgen de Guadalupe y el muralismo como estandartes de su cultura; Aztlán se convirtió en la máxima referencia simbólica para sus murales, como recuerdo de sus raíces. Sus pinturas murales que invitaban a reconocer sus orígenes y su condición poco privilegiada como ciudadanos estadounidenses se propagaron por San Francisco y otras ciudades del estado de California. Los *chicanos* exponían en lugares públicos principalmente, pues su arte promovía comunidad, rasgos folklóricos, y política, contrario al expresionismo abstracto -el arte en boga en ese momento en Estados Unidos-. Este despertar de los mexicoamericanos se conoció como *El Movimiento* o *La Raza*, organizado

en 1965, mismo que también compartía la atmósfera de rebeldía que el mundo vivía.

Contextualizar este fenómeno social, no implica aquí que se afirmen sus mitos como los primeros, sucedáneos, nuevos o mejores, ya que esto sólo conlleva repetir pasajes sin comprenderlos, sino simplemente seguir las huellas que este proceso cultural ha dejado para entender las atmósferas actuales en las que se ubica y por qué se hallan ahí, por qué con esas características, cómo se ha renovado, cómo se le recuerda, por qué sigue atrayéndonos tanto y por qué se acude a su espíritu rebelde para manifestar un disgusto, así también para dilucidar por qué son una forma lúdica de la cultura.

1.2 El antecedente mítico del Street Art: el *graffiti*

Como podrá reconocerse, la marginalidad con la que nace el movimiento de *graffiti* no se eligió de esta manera, más bien, fue esta atmósfera y pensamiento de la sociedad lo que dio paso a esta manifestación cultural; fueron los recursos y pensamientos del momento lo que lo caracterizan así, construyendo “los espacios idóneos para su generación y florecimiento: retretes, celdas, traseras, medianeras, tapias, callejones, etc.” (Figueroa, 2005, p. 9).

Para hablar sobre los orígenes de las pintas públicas, tal como mencionan algunos autores, bien podríamos remontarnos a la llamada “prehistoria”. Según Ganz (2010):

Pinturas como las de las cuevas de Lascaux, en Francia, se grababan en las paredes con huesos y piedras, aunque el hombre enseguida anticipó las técnicas de la plantilla y el spray, al crear siluetas soplando polvo de color en sus manos mediante huesos huecos. (p. 8)

El término *graffiti* también se ha utilizado antes de que estas expresiones invadieran las ciudades modernas. Pedroza (2010) señala que la palabra *graffiti* ya se usaba dentro de la arqueología para describir la escritura “informal” en las paredes de las ciudades de antiguas civilizaciones, al menos así fue utilizado por arqueólogos del siglo XIX y XX, dejando ver claramente una de las relaciones más importantes de estas expresiones:

Desde las épocas de Pompeya se puede apreciar en los *graffiti*, la intrínseca relación entre calle y escritura, entre calle y lenguaje; las calles de Pompeya aseguraban la circulación de mensajes e inscripciones personales, que imprimían a estas, toda la energía y vitalidad contenidas en una lengua viva. (p. 39)

Los míticos lugares que reflejan la relación entre calle y escritura, y que aún se mantienen vivos en el imaginario *colectivo* como los puntos clave en el surgimiento del *graffiti* son las ciudades de Filadelfia y Nueva York. Se dice que fue a finales de los años 70 cuando *Demetrius* empezó a escribir su apodo -*Taki*- y el número de su casa -183- en diversos objetos y lugares por donde transitaba, principalmente en las estaciones del metro de Manhattan. Aunado a la nota periodística de Don Hogan en el New York Times el 21 de julio de

1971 sobre las actividades vándalas de *Taki 183* y cómo las autoridades buscaban detener a quienes osaban rayar los ordenados y progresistas espacios públicos, es como surgió este personaje mítico grafitero (Pedroza, 2010; Castleman, 2012).

Otros piensan que fue *Cornbread* -de Filadelfia- el que inauguró esta expresión callejera. Aunque no es la intención rastrear al primero que lo hizo, sí lo es mostrar los mitos que ya son parte de su historia para comprender la atmósfera en la cual se circunscribió, y sea cual fuere el lugar de origen, se rescata que fue la ciudad de la gran manzana el lugar donde el *graffiti* recibió mayor cobertura mediática impulsando las investigaciones al respecto (Couvreux, 2016) y, de hecho, la persecución de estos jóvenes *writers* como delincuentes.

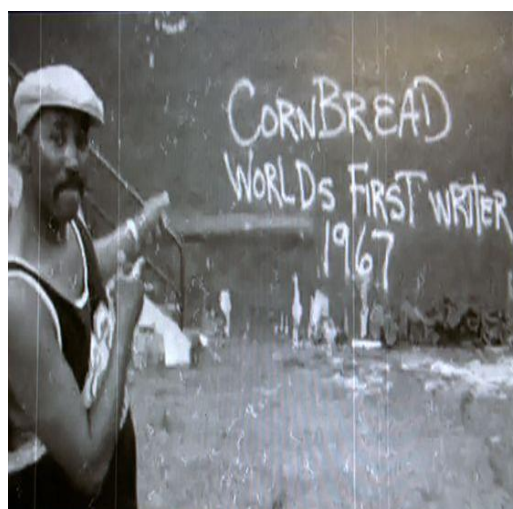
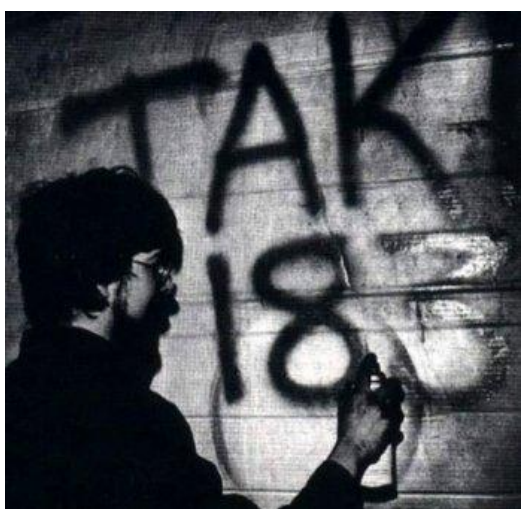


Imagen 05. Taki 183, Manhattan 1971; *Imagen 06.* Cornbread, Filadelfia (1967)

1.3 La evolución del *graffiti*

La escritura de estos “primeros” *writers*³ se inscribe en el *tag*, aunque anterior a ellos ya había pintas pandilleras en las paredes y en el metro, siendo el metro neoyorquino uno de los lugares donde los escritores se centraron para dejar su marca, pues si el objetivo era darse a conocer en toda la ciudad, qué mejor que hacerlo en aquel transporte que la recorría y en el que viajaban miles de personas cotidianamente.

El *tag* fue la marca con la cual se catapultó la actividad del *graffiti*, éstos se realizaban -y actualmente- con marcador o aerosol. Literalmente es una firma que a la vez resulta en un alter ego, debido a que suele ser el alias del *writer*, así pues, dentro del mundo del *graffiti* estos escritores serán conocidos y reconocidos por su apodo. El *tag* “implica la existencia de una formación imaginaria que tiene como uno de sus objetivos más claramente planteados desde su origen: el apoderarse estéticamente de la ciudad se encuentre ésta donde se encuentre.” (Pedroza, 2010, p.98).

Convertida en una actividad popular en los años 70, *taggear* un alias y un número ya era algo muy visto, así que se tenía que llamar la atención de otra forma. Sobre esto, Castleman (2012) menciona que:

³ *Writer*, su significado dentro del mundo del *graffiti* además del literal: escritor, hace referencia a la identidad que en español se reconoce como grafitero.

A los primeros escritores, como Taki 183, Frank 207, Chew 127 y Julio 204 (...) lo único que les importaba es que aparecieran en todas partes y que la gente pudiera leerlos. Más tarde, al aparecer cientos de nuevos escritores, se empezó a otorgar cada vez más importancia al estilo, al “hacer cantar” tu nombre; es decir, a hacerlo destacar entre todos los demás. (...) Como el único deseo de los escritores era superar a los demás en cuanto al emplazamiento de sus pintadas, todos ellos dedicaban todo su esfuerzo a ser los primeros en escribir su nombre en los lugares más inverosímiles. (p. 83)

Es entonces que empiezan a surgir otras triquiñuelas para embellecer los *tags* y hacerlos más visibles, pues ya no era suficiente el estilo de la letra para distinguir entre tanto *tag* a alguno en particular, así que los *writers* se enfocaron en desarrollar otras características de sus pintas como el tamaño o el color (Castleman, 2012).

Kool Jeff convirtió la “J” en el rabo de un demonio. Lee 163 unió las dos “E”, Wicked Gary encerraba sus iniciales en una suerte de casilla, Cay 161 y Snake 131 ponían coronas sobre sus nombres, y Stay High incluía en su taqueo la figura esquemática de una persona fumando un porro. (Castleman, 2012: 85)

De esta manera los propios artistas callejeros mostraron su creatividad, descubriendo lo que podían hacer, hacia dónde podían avanzar. Jean Baudrillard (1992) describe el juego del *graffiti* de la siguiente forma:

Los jóvenes se introducen de noche en las terminales de los autobuses y del metro, e incluso en el interior de los automóviles, y se desencadenan gráficamente. Al día siguiente todos esos trenes atraviesan Manhattan en las dos direcciones. Se los borra (es difícil), se detiene a los grafiteros, los encarcelan, se prohíbe la venta de los markers y de los atomizadores, de nada sirve, fabrican otros artesanalmente y recomienzan todas las noches. (p. 90)

Fue así como a mediados de 1980 no había un solo tren que no hubiera sido pintado ampliamente, al menos una vez. Como resultado, en el año de 1986 las autoridades de Nueva York decidieron tomar cartas en el asunto colocando vallas alrededor de las estaciones o limpiando los trenes regularmente (Ganz, 2010).

Otro de los pasos evolutivos, además de hacer coloridas y grandes las pintas, fue el rayar vagones enteros con dibujos más complejos que contenían aspectos personales o de la cultura popular, denominados *characters* (personajes), abriendo camino a las primeras *piezas* o *pieces* -abreviatura de *masterpiece*- en los trenes de Nueva York (Ganz, 2010). Las piezas maestras eran más complejas, pues las letras pasaron de ser sólo la firma del artista o unas letras bombachas rellenas de un solo color a pintas con más elementos como dimensión, sombras, brillo, textura, etc. Esta acción de apropiarse del espacio público a través del aerosol se conoció como *bombing* -bombardeo- y comprende las *bubble-letters*, *throw-ups*, *pieces*, *characters*, *top-to-bottoms*, *end-to-ends*, *whole-cars* y *wildstyles* (Pedroza, 2010).

1.3.1 Un encuentro actual con los estilos de *graffiti*

Se describirán a continuación los principales estilos de *graffiti* identificados desde su aparición o evolución. Se mostrarán mediante documentación fotográfica hecha durante la investigación.

a) **Tag:** Es la firma y alias del autor, generalmente se iniciaba con esta actividad en el mundo del *graffiti*, además de que confiere la posibilidad de rayar más espacios pues su escritura es rápida. Aquí no existe un estilo base, es una caligrafía personal, una práctica que de tanto repetirse abre paso a la marca que identificará al artista callejero, esta marca se puede hacer con plumón o pintura en aerosol.



Taggeando la ciudad (2017). Centro Histórico, CDMX.

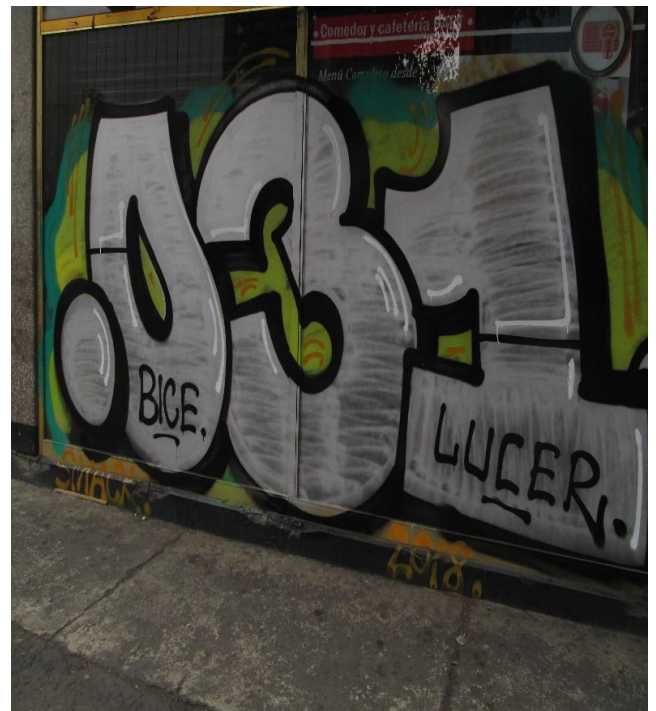
Fotografías: Esmeralda Fonseca



Hanna Tag (2017). Centro Histórico, CDMX.

Fotografías: Esmeralda Fonseca

b) **Bomba:** Es un estilo de *graffiti* cuyas letras grandes y gruesas son su característica principal, la palabra suele ser el alias de la persona que raya o del *crew*. Estas letras enormes y con volumen están rellenas de algún color particular. La palabra bomba derivó de *bombing*, que es el término con el que se conocía a la acción de tapizar el espacio público con este estilo, es decir, era un bombardeo de aerosol en las paredes de las ciudades o en los trenes.



Siler, Lucer & Bice (2018). Av. Insurgentes, CDMX.

Fotografías: Esmeralda Fonseca



27Club (2017), Coyoacán, CDMX; Rain (2017), Col. Juárez, CDMX.
Fotografías: Esmeralda Fonseca

c) **Masterpiece:** Pieza maestra o pieza -piece- incluye muchos elementos que la vuelven más compleja que otras formas de *graffiti*. Puede contener letras de mayor tamaño, y de formas varias acompañadas a veces de algún dibujo que complemente la pieza; efectos con perspectiva, dimensión, así como una combinación variada de colores. Realizar una *masterpiece* lleva más tiempo, sin embargo, también son grafitis que empezaron a realizarse en la clandestinidad.



Demon (2017), Col. Roma Sur, CDMX.

Fotografía: Esmeralda Fonseca

d) **WildStyle:** Es una de las formas más complejas del *graffiti* y muchas veces indescifrable, pues entrelaza o superpone formas. Lo que más sobresale, además de su forma ininteligible, son los ángulos de las letras y las flechas que conforman el estilo. También se hace uso de colores contrastantes para resaltar la forma del wildstyle.



Wildstyle (2018), Col. Escandón, CDMX; Loco (2018), Col. Buenavista, CDMX.
Fotografías: Esmeralda Fonseca

1.4 Pintas y placazos: la presencia del *graffiti* en México

En nuestro país también se pusieron a la vista los *rayones* desde antaño, se tiene como referencia -en cuanto a inscripciones “informales”- a las culturas prehispánicas como la Olmeca, Zapoteca, Azteca o Maya (Cruz, 2008). Sobre esta última, también se han llevado a cabo estudios desde la óptica arqueológica acerca del *graffiti*, de forma más detallada a través de un estudio realizado por Michael Kampen: “The *Graffiti* of Tikal, Guatemala”, en el cual la palabra *graffiti* también designa un tipo de creación distinta a la formal hallada en su escritura, dibujo y pintura (Pedroza, 2010).

Así como pasó con los chicanos, el movimiento artístico del muralismo también jugó un papel importante para los grafiteros mexicanos. De hecho, en los últimos años, el auge del *Street Art* se remonta al muralismo como fuente de inspiración para los artistas callejeros, suele ser considerado como un paso de la ilegalidad a la legalidad (Cruz, 2008) y denominado actualmente como *neo-muralismo*.

En la década de los 80 el *graffiti* entró por el norte del país influenciado por los *placazos* que los *clica*⁴ utilizaban para delimitar y defender su barrio (Cruz, 2008). Se presume que la entrada del *graffiti* fue por Monterrey, Tijuana y Guadalajara, ciudades donde ya estaba presente la cultura chicana (Pedroza, 2010). Pedroza (2010) indica que debido al flujo cultural desarrollado cuando la población de los municipios del Estado de México migró un tiempo a Estados Unidos, se asimiló esta actividad urbana mayoritariamente en las zonas conurbadas.

⁴ Jerga utilizada en algunos países de Latinoamérica para referirse a los grupos o pandillas “pesadas” de jóvenes.

La característica que compartían los lugares a los cuales arribó el *graffiti* en México fue la industrialización -otra vez- que parece crear el mensaje de una nueva urbe con oportunidades de crecimiento económico, aunque resulte en lo contrario.

En la periferia del entonces denominado Distrito Federal, también proliferaron grupos barriales de jóvenes, conocidos como *chavos banda*, a quienes se caracterizaba como rebeldes sin causa, violentos y drogadictos; destacaba entre ellos el argot marginal proveniente del lenguaje pachuco, de “onda”, indígena e inventado por ellos mismos. Su hogar era la calle, en particular las esquinas de éstas, y marcaban el territorio de *La banda* a la cual pertenecían mediante *graffitis*, conocidos en aquellos años como *pintas* (Feixa, 1995; Cruz, 2008).

Sería respetado y reconocido aquel que tuviera su firma tanto en Pantitlán como en Chalco, en los vagones del metro como en los vidrios de cualquier banco, en los anuncios espectaculares como en los puentes del periférico. Buscar los spots más arriesgados, más vigilados y por lo tanto más visibles era símbolo de valentía y vigor. (Cruz, 2004, p. 202)

A finales de 1986, esta actividad comienza a abarcar diversos puntos de la capital del país y sus zonas conurbadas. Los estudiosos del tema sostienen que fue en *Nezayork* o como la conoce la mayoría, Ciudad Nezahualcóyotl, donde se asimiló rápidamente esta práctica urbana, así como en otros municipios periféricos a la actual renombrada Ciudad de México: Atizapán, Cuautitlán Izcalli, Ecatepec o Tlalnepantla (Cruz, 2008; Pedroza, 2010).

Así se dio lugar a la formación de *crews* cuyos integrantes salían en las madrugadas a *rayar*, según Cruz (2004) “destacaron los AMX (Artistas Mexicanos Extremos), el SF (Sin Fronteras), los A (de Aztlán), los FME (Fucking Mother Epifania), que rayaban en Atizapán, Satélite, Lomas Verdes y parte de Tlalnepantla” (p. 202).

A principios de los años 90 aparecen los *colectivos* de *tags* y *graffitis* siendo Constitución, Coyuya, Iztapalapa y Pantitlán las principales zonas donde se encontraban estos grupos. En los inicios del *graffiti*, se podía observar la creatividad de los *grafiteros* no sólo al realizar sus *piezas* sino al elaborar sus propias herramientas, puesto que todavía no se vendían de manera masiva en estas zonas del país los utensilios para *rayar* la ciudad: crayolas de colores en una sola barra, válvulas o plumones de ácido. Los *grafiteros* de aquellos años obtenían las válvulas, de botellas de perfume o de *sprays* para el cabello; en tubos de metales se derretían los colores de crayolas que querían para obtener su barra multicolor, sobre todo, esta inventiva de materiales también debía mantener la posibilidad de crear *pintas* a gran velocidad (Cruz, 2008; Pedroza, 2010).

1.5 Los pioneros del arte callejero o Street Art

Es en los años 70 cuando se empiezan a gestar otras formas de manifestaciones callejeras a la par del *graffiti* y en otras zonas geográficas, cabe mencionar. Una presencia distinta a los marcadores o latas de aerosol entre las cuales destacan los *stickers*, *stencils*, *posters* o *carteles*. En esta década destacaron *Richard Hambleton* y *Ernest Pignon-Ernest* como pioneros del *Street Art*.

Es en la década de 1980 cuando estalla la presencia de las expresiones callejeras con artistas como *Blek Le Rat* (Fernández, 2018), a quien se considera el padre del *Stencil*. Blek Le Rat fue inspirado por el *graffiti* neoyorquino en uno de sus viajes a esta ciudad, sin embargo, entendió que plasmar un *graffiti* tal cual lo vio en Nueva York no era adecuado para su ciudad, así que adaptó su interés y conocimientos en arte para hacer algo diferente que también le permitiera tapizar las calles con sus creaciones.

En la década de los 90 “el street art empieza a forjar su propia personalidad y se percibe la esencia del movimiento” (Fernández, 2018, p. 14). *Shepard Fairey* pone en la mira del mundo su campaña *Obey Giant* mediante plantillas y carteles. En el año 2000 surge uno de los personajes más famosos e influyentes del *Street Art*: *Banksy*, quien a diferencia de los pioneros de este movimiento se ha mantenido en el anonimato, aunque sus obras no tanto, al grado de que muchas galerías han expuesto sus trabajos para después subastarlos. De acuerdo con Fernández (2018) “Su obra cumple con los preceptos más “puros” de este nuevo arte de la calle, olvida las intervenciones estrictamente políticas y da paso a la denuncia social y ciudadana” (p. 14).

De acuerdo con Bou (2005), el movimiento de arte urbano es una explosión de creatividad que se da en varios rincones del mundo, cuya principal característica es que se despliega en las calles, usándolas como un museo gigantesco.



Imagen 07. Shadowman 34 12th street, Richard Hambleton (1982); *Imagen 08.* Rimbaud dans Paris, Ernst Pignon-Ernst; *Imagen 09.* Stencil, Blek Le Rat; *Imagen 10.* GIANT OBEY, Shepard Fairey (1999). *Imagen 11.* Balloon girl, Banksy (2002).

CAPÍTULO 2. HACIA UNA COMPRENSIÓN DE LA CULTURA Y SUS ELEMENTOS LÚDICOS

Dentro de las siguientes líneas del capítulo se presenta una interpretación poco abordada en torno al tema de la cultura: el juego y la construcción que da a la propia cultura. Dado que el *graffiti* y *Street Art* son una forma de la sociedad y de su pensamiento, son por tanto cultura, además de que es claramente lúdica por las características que se señalarán más adelante. También es importante comenzar a dejar ver que tanto el método, la técnica y lo que resultó con esto, es decir, los relatos, están envueltos en la atmósfera del juego.

2.1 El juego como cultura: una aportación desde la historia

La palabra juego no es algo nuevo en nuestro vocabulario, constantemente nos invade, aunque sólo la asociemos con los niños, mas se encuentra presente en nuestras acciones y en nuestra forma de hacer la cultura. Para los adultos parece que no está permitido el juego, porque en esta etapa es hora de buscar cómo ganarse la vida, así que no hay tiempo para “niñerías”, de esta manera creemos que el juego desaparece y que sólo está disponible los fines de semana en un partido de fútbol o en una mesa de póker (que sin duda son juego).

En realidad, el juego va más allá de una descarga de energía o del entretenimiento, pues es y está en nuestra vida cotidiana. El juego como cultura fue una tesis desarrollada por un historiador y lingüista que nació en 1872 en la ciudad de Gröningen, llamado Johan Huizinga,⁵ y que ha influido en filósofos como José Ortega y Gasset, Hans Georg Gadamer, Gilbert Boss y Roger Caillois (Ríos, 2009). En su trabajo, Huizinga ofrece un recorrido a nivel lingüístico e histórico para acercarnos a la idea del juego y cómo éste conforma la cultura. Para nuestro autor, el juego es un factor cultural en tanto que contenga un elemento social.

Según Huizinga (2007/ 1938), el juego es actividad espiritual que no encierra en él función moral, virtud o pecado, sin embargo, le da un sentido de vitalidad a la cotidianidad, un sentido que cautiva puesto que su función es representar algo, ya sea un acto o drama; el juego también es lucha, pues en ella las personas se vuelven visibles ante un otro.

De acuerdo con Huizinga (2007/1938), el juego consta de ciertas características que lo dotan de ser ese algo inmaterial que está ahí dándole sentido a la cotidianidad:

- a) Es libre
- b) Su acción radica en el “como si”
- c) Está limitado a tiempo, espacio y sentido dentro de sí mismo
- d) Se repite porque en un momento determinado concluye

⁵ Peter Burke (1986) dice de Huizinga que fue uno de los historiadores más sobresalientes del siglo XX, un hombre interesado en cosas de variada índole, que durante su estancia universitaria en Gröningen perteneció a un grupo de estetas que criticaban la decadencia de la moda, por lo cual se pueden comprender sus intereses poco afines a los estándares académicos de su época e incluso dentro de su propio gremio.

- e) Tiene un lugar específico para llevarse a cabo
- f) Cuenta con un orden
- g) Hay en él tensión, azar e incertidumbre
- h) Tiene reglas (las reglas del juego no impiden su recreación ni su libertad)

Estas características son inherentes al juego y dejan claro que, hasta las situaciones más serias como pensaba Huizinga, se desenvuelven de forma lúdica, pues su repetición se generará en un momento, lugar y hasta con personas distintas, aunque se tenga un orden o reglas que se dirijan a un fin particular. Como en las aulas de las escuelas o las oficinas de trabajo, donde se hace presente la seriedad o institucionalidad, la cotidianidad tiene siempre un aspecto lúdico incluso en esa repetición y quizá sea ésta la característica afectiva más emblemática de la cotidianidad: el juego, y no tanto una repetición monótona sin sentido.

2.2 Los elementos del espacio lúdico: la cultura y la ciudad

Para aterrizar sobre el tema del juego será importante echar un vistazo a dos aspectos que, desde el contacto que tuve con los hacedores de *Street Art* y sus propias creaciones, son esenciales en la construcción de la temática de *Street art* y *graffiti*, ya que son aspectos que además de estar presentes en dicha atmósfera, son tan comunes a nosotros que ya no se reflexionan, o se habla de ellos sólo hasta donde nos ha sido permitido, hasta donde el lenguaje académico hegemónico los ha construido.

2.1.1 Pensar la cultura allende las mercancías

Para lograr un acercamiento a la idea de cultura es necesario remitirse a una concepción semiótica de la misma, como postula Clifford Geertz (citado en Nivón y Rosas, 1991), es decir, atender a los símbolos y procesos de significación inmersos en la cotidianidad humana. De acuerdo con Clifford Geertz (citado en Nivón y Rosas, 1991) la cultura es un tráfico de símbolos significativos que construyen sistemas o estructuras que guían las experiencias de los individuos. Para Geertz, los símbolos significativos no son las respuestas que la humanidad ha dado a problemas existenciales, sino que “son soluciones humanas a la vida cotidiana” (Nivón y Rosas, 1991). Es entonces, mediante la acción simbólica, que se puede describir y estudiar la cultura.

Las formas culturales no parten de ellas mismas sino del uso que se haga de ellas, así pues, son las personas quienes brindan el carácter hermenéutico a la cultura, pues éste se refiere al sentido de la realidad para cada grupo social y de acuerdo con ello, la realidad de cada individuo según su contexto cultural.

Ahora bien, todos los objetos en el mundo son simbólicos, o para decirlo de una manera más clara: todo lo que la sociedad crea materialmente o no, son objetos simbólicos. Desde el bolígrafo, las ideas, los pensamientos, los edificios y las personas somos objetos simbólicos. El carácter simbólico implica un proceso intersubjetivo que los crea (Bautista, 2008). Esto resulta significativo para considerar a la propia sociedad como cultura y a sus creaciones, a pesar de que el concepto cultura esté asociado a otros objetos simbólicos que están fuera de lo lúdico.

Por ejemplo, no es de extrañar que diversas prácticas urbanas sean relegadas a simples actividades provenientes de una tribu urbana, pero que no sean consideradas cultura porque su existencia no contempló las medidas perfectas para la galería o museo moderno actual. Es así como muchos objetos -simbólicos- resultan inútiles para aquellos que han mercantilizado la cultura, sin embargo, como procesos psicosociales no pierden su valor simbólico y mucho menos, cultural.

2.1.3 Pensar la ciudad allende las plazas comerciales

El espacio público como las ciudades y sus calles, también son objetos simbólicos que se han convertido en mercancías, sin embargo, en este trabajo se espera abordarlo de una manera distinta, no como un simple contexto o espacio inerte, sino como un elemento cultural más que permite visibilizar la cultura lúdica y sus prácticas urbanas.

La ciudad es el espacio transformado por excelencia (Torrijos, 1988, citado en Fernández 1988) ya que la vida intrínseca de ésta implica una gran diversidad de elementos que se hacen presentes dentro de ella modificando la estética urbana: “cada nuevo grupo que detenta el poder eleva en la ciudad sus monumentos, cada nuevo dios quiere tener sus templos, cada invasión que sufre, cada expedición que vuelve, cada invento o técnica que aparecen, modifican inmediatamente su ritmo, su imagen, sus costumbres” (p. 27). A su vez, la ciudad es un espacio público, es decir, un espacio abierto y significativo; el espacio público, como bien indica Trachana (2014) está determinado por manifestaciones lúdicas que caracterizan al espacio público como espacio efímero e incluso sólo como un espacio imaginado “de pura invención, donde anidan utopías de reformas sociales (...)” (p. 17).

Por lo tanto, no se puede reducir los significados de la ciudad al trazado arquitectónico que previamente se haya hecho ni a los usos previstos para un espacio, puesto que tales significados surgen del uso espontáneo que se les dé, ejerciendo así la libertad de expresión y la participación ciudadana. Aunque debido a sus características de nula rentabilidad no interesan a los promotores del espacio urbano ni a los poderes económicos, pues su esencia es el disfrute, no la productividad (Trachana, 2014).

La agorafobia urbana, identifica vialidad con espacio público y seguridad con privatización. Y a menudo los poderes públicos contribuyen cerrando y especializando los lugares públicos frente a demandas de signo opuesto. Por ejemplo, cerrando con rejas las plazas para impedir reuniones de jóvenes o de ciertas minorías, expulsándolos del espacio público. Los casos de racismo que excluyen a minorías étnicas de espacios y equipamientos públicos son, desgraciadamente, demasiado frecuentes. (Borja y Muxí, 2003a, p. 43)

Las ciudades se han hecho con las multitudes en las calles, por ello, una mejora de la ciudad ya no puede creerse como un aumento de edificios de grandes ventanales, cada vez más altos e inhumanos⁶ u otro piso en el periférico, para que se justifique bien cómo se gasta el dinero. Jordi Borja (2003b) menciona acertadamente que la urbanización no es ciudad, y tal como hemos recorrido hasta el momento en la historia del *graffiti* y *Street Art* nos damos cuenta de que es así, pues los lugares que se focalizaron en ser las nuevas ciudades se vinieron abajo:

⁶Jan Gehl es un arquitecto danés que ha estudiado ampliamente el factor humano -los sentidos- en la creación de los espacios, dotando de una crítica admirable al urbanismo funcional que ha invadido a las ciudades.

Urbanización no es ciudad (...). La ciudad <<emergente>> es <<difusa>>, de bajas densidades y altas segregaciones, territorialmente despilfarradora, poco sostenible, y social y culturalmente dominada por tendencias perversas de guetización y dualización o exclusión. (...) los comportamientos sociales proteccionistas guiados por los miedos al <<otro>> y por el afán de ser <<alguien>>; la privatización de lo que debería ser espacio público... todo ello lleva a la negación de la ciudad. (p. 30)

Conocer la ciudad y apropiarse del espacio público, va en contra de una seguridad social inventada en la casa con rejas y bardas, de un mundo “primermundista” otorgado por las plazas comerciales que cada vez hay más en cada cuadra, consumiéndose espacios que se transforman *colectivamente*, provocando una distancia social que se ve como una protección civilizada de los otros, hacia los otros y contra los otros (Navalles, 2011).

Y es que a pesar de que parezca que nuestra vida sólo está dentro de nuestras casas, cada vez que salimos podemos ejercer nuestro derecho a la ciudad, es decir, ese derecho al cambio y reinención de sus calles y de nuestros andares, basados en nuestros deseos, porque al parecer la mayoría de las personas entendió que la urbanización era algo mejor para sus vidas, algo que en apariencia luciera bien, aunque es en realidad un fenómeno de división de clases cuyo control sólo ha correspondido a unos cuantos (Harvey, 2012).

Nos lo dejan claro los diversos movimientos artísticos que estaban en contra de lo que se establecía en el arte hegemónico, principalmente, y en general en la forma de pensamiento capitalista. Actualmente son los artistas callejeros quienes impregnan a la ciudad de un juego nómada que va conformando una ciudad lúdica.

CAPÍTULO 3. LA CONSTRUCCIÓN LÚDICA DEL *STREET ART* Y *GRAFFITI*

En el presente capítulo se describirán las dos visiones que enmarcan las prácticas callejeras conocidas como *Street Art* y *graffiti* para descubrir dentro de una de ellas sus propios elementos lúdicos y por ende culturales.

3.1 Una visión desde afuera, de la juventud y sus prácticas.

Se hablará ahora de las visiones que rodean a las prácticas callejeras del graffiti y arte urbano. En primer lugar -la visión desde afuera- que ha catalogado dichas prácticas como un peligro para la sociedad y principalmente para la cultura institucional y comercializada, asociando a los jóvenes como los principales responsables.

Desde afuera, la juventud ha sido definida como un estadio del desarrollo humano, una transición inevitable entre el niño y el adulto donde se pasa del salvajismo a la civilización (Feixa, 1995). Esta condición biologicista mantiene la idea de que la juventud se prepara para algo mejor considerando a la juventud como una etapa universal e inmutable, es decir, presente en todas las sociedades y momentos históricos. Sin embargo, Feixa (1995) indica que la juventud es también un constructo social que se ha modificado de acuerdo con el tiempo y con la cultura donde se le concibe, pues dentro de algunas sociedades la duración de esta etapa varía o incluso, no existe.

Ahora bien, a los jóvenes se les asignan categorías que indican y mantienen la idea de que la juventud provoca problemas con la autoridad, sobre todo en instituciones como la familia, la escuela, el clero o el estado, categorías que van desde la de estudiante hasta

delincuente. Estas categorías surgidas de las visiones desde afuera legitiman los discursos desde afuera, pues generalmente intentan salvaguardar los intereses económicos, de clase, de raza de los grupos dominantes.

La juventud se les apareció a los adultos de la mano de la violencia e igualmente a los investigadores sociales. Los discursos que parten de la visión desde afuera indicaban que los jóvenes eran demasiado inocentes y por ello caían fácilmente en los movimientos de resistencia (Reguillo, 2000). A partir de la destrucción de las utopías y los símbolos que conllevan las mismas, en la década de los ochenta se empezó a mirar a los jóvenes como *delincuentes y generadores de violencia* en las ciudades. Se creía entonces que lo que motivaba a los jóvenes a reunirse era delinquir y drogarse.

Actualmente prevalecen muchas de las valoraciones desde afuera respecto al *graffiti* y *Street Art*, las cuales reflejan un confrontamiento o conflicto social y también una elevación de estas prácticas a nivel artístico, lo cual para muchas personas es debatible; o como factor social de transgresión de dichas prácticas urbanas. En este trabajo no se contraponen estas visiones desde afuera, pues conforman las expresiones sociales aquí estudiadas, empero se reafirma que siguen siendo visiones desde afuera dado que se presentan como entendimiento o explicación *per se* sin considerar a los propios actores sociales.

Algunas de las narrativas desde afuera que se hacen al respecto se centran en dos de las entidades en las cuales se logró la documentación de las prácticas callejeras de graffiti y Street Art. Estas narrativas legitiman el control y organización de las ciudades desde las instituciones, ya sea en sus leyes de cultura cívica o en actividades culturales, donde prevalece la idea de que la labor del

ciudadano es simplemente construir y mantener una ciudad desde lo que está permitido.

Como primer ejemplo del control institucional se trae a colación el programa Unidad Grafiti de la Secretaría de Seguridad Pública de la Ciudad de México, creado en el año 2003 con el objetivo de conservar o recuperar la imagen limpia de la ciudad atendiendo solicitudes de la ciudadanía sobre espacios públicos afectados por el *graffiti* ilegal, para ello también los elementos policiacos realizan recorridos nocturnos y evitan así el ataque de aerosol a las paredes. También hacen alianzas con grafiteros con la finalidad -supuesta- de escuchar a los jóvenes y sus ganas de expresarse, por lo cual realizan eventos para que los jóvenes puedan hacer pintas de *graffiti* legal (Secretaría de Seguridad Pública CDMX, 2018).

En segundo lugar, la visión desde afuera en el Estado de México también mantiene la idea de que la juventud debe reintegrarse, para lograrlo, el gobierno ha desarrollado “actividades deportivas, artísticas, culturales y todas aquellas que otorguen un beneficio y fomenten la integración de los adolescentes que se encuentran en riesgo social, así como aquéllos que se encuentran en tratamiento al ámbito familiar, social, escolar y laboral.” (Secretaría de Seguridad Estado de México, s. f.).

Algunas de las alternativas a sus problemáticas son actividades como: concursos de *grafiti*, torneos de futbol, concursos de patineta, torneos de ajedrez, concursos de dibujo, entre otros, que les permiten canalizar sus destrezas en actividades recreativas y de esparcimiento.

Ambas entidades y sus discursos institucionales son un ejemplo de cómo por un lado se sostienen las valoraciones negativas hacia los sujetos sociales y sus prácticas callejeras concebidas como “ilegales” y las valoraciones positivas que les van adjudicando para lograr que cambien de lugar, para que quepan en el nuevo arte urbano donde existe aparentemente un mayor control del espacio público, pues se les brindan y gestionan aquellos espacios específicos para pintar a solicitud del propio estado.

Un ejemplo de estas actividades que valoran de forma positiva estas prácticas callejeras son los concursos de arte urbano patrocinados por marcas de pinturas en conjunto con instituciones gubernamentales. Desde este punto las narrativas se centran en el rescate de los espacios públicos, es decir, el objetivo radica en generar conciencia en los jóvenes sobre alguna temática y mejorar los espacios públicos pintando murales por toda la ciudad. En la Ciudad de México el concurso Hidroarte es uno de los más representativos. Surgido en el año 2013, cuenta hasta la fecha con seis ediciones; su jurado está conformado por gestores culturales o artistas urbanos reconocidos, quienes promueven el arte urbano enfocado al “neomuralismo” y quienes han colaborado en la creación de murales por varios puntos de la Ciudad.

Hidro Arte⁷ es el primer concurso de Cultura del agua y arte urbano en el que jóvenes artistas plasman su talento y creatividad con temas relacionados a la cultura del agua, realizando murales en diversas sedes de la Ciudad de México. (Hidroarte, s.f.)

⁷El objetivo del concurso es el “Rescate de los espacios públicos del SACMEX a través de la participación de artistas urbanos jóvenes que plasmen en 150 murales del SACMEX la importancia del cuidado y conservación del agua.” Para alcanzar los objetivos planteados:” Hacer conciencia entre la juventud de la importancia de la cultura del agua. 2. Mejora de espacios públicos. 3. Promover el talento artístico de artistas urbanos jóvenes de la CDMX” (Hidroarte, s.f.)

Otro ejemplo de cómo han cobrado importancia este tipo de convocatorias relacionadas con el arte urbano -calificación utilizada mayoritariamente en los eventos institucionales- es el Estado de México, donde también han surgido iniciativas que fomentan las actividades culturales entre los jóvenes para que ellos obtengan beneficios económicos y de promoción de su imagen como “jóvenes talentosos comprometidos con su comunidad” (Instituto Mexiquense de la Juventud, 2019).

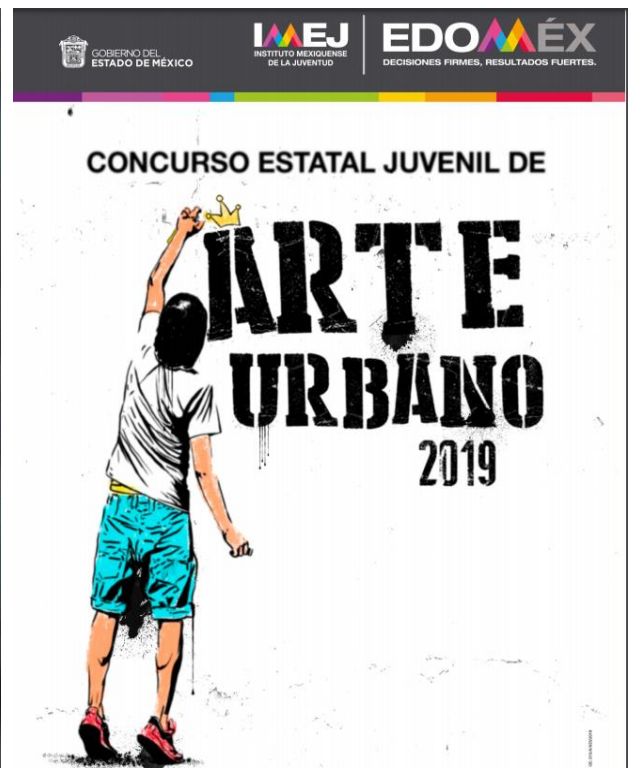


Imagen 12. Hidroarte 6ª edición (2019). Mural en planta potabilizadora, Agrícola Oriental. Imagen 13. Concurso estatal juvenil de Arte Urbano (2019), Instituto Mexiquense de la Juventud.

Otra de las visiones desde afuera y sus narrativas, es desde el surgimiento de acciones o materiales para combatir el *graffiti* como un enemigo público, por ejemplo, en el año 2001 investigadores del departamento de Física Aplicada y Tecnología Avanzada de la UNAM inventaron una pintura antigraffiti (Fundación UNAM, s.f) la cual finalmente pudo comercializarse hasta el año 2004 en conjunto con Comex bajo el nombre de pintura *DeLetum 3000*. Para destacar la importancia de un producto como éste se hicieron investigaciones que sólo enmarcaban al *graffiti* como problema, pues esta categorización brinda la idea de contaminación -visual-, por lo tanto, las valoraciones emotivas y cognitivas se enfocan en que el problema debe ser eliminado. A pesar de que estudiaron un poco sobre la historia del graffiti, esta investigación también fue realizada desde afuera, pues la intención no es comprender cómo surgen las prácticas urbanas sino identificarlas sólo desde afuera como un “cáncer de la ciudad” (Arellano, 2012) que debe ser erradicado.



Imagen 14. Muestra del funcionamiento de la pintura antigraffiti. Fundación UNAM (s.f)

3.2 Una visión desde adentro: los jóvenes como creadores de una cultura lúdica

En el siglo XX las personas jóvenes se vuelven *protagonistas* de la historia (Reguillo, 2000). Los movimientos que definieron estos cambios sociales fueron principalmente los movimientos estudiantiles de finales de los años sesenta, los cuales dieron paso a los jóvenes como un actor político que en ese momento aún no era definido más que desde su categoría como *estudiante*. Menciona Reguillo (2000) que la juventud tal cual la conocemos actualmente se creó después de la posguerra, es entonces que se enmarca a los jóvenes como sujetos existentes en la sociedad, con categorías sociales tales como *sujetos activos*, *sujeto de derechos*, un *sujeto jurídico* que puede ser castigado, controlado o sancionado.

Las visiones y discursos desde afuera han simplificado las prácticas sociales de los jóvenes, por ende, toda la simbología que conllevan sus acciones, ubicándose únicamente como el resultado de problemáticas no resueltas. Reguillo (2000) también rescata la importancia de leer las prácticas y representaciones juveniles como “metáforas del cambio social”, rompiendo así con las lecturas lineales que enfatizan sólo las actitudes contestatarias o impugnadoras de los jóvenes. (Reguillo, 2000).

Los jóvenes existen más allá de las estadísticas que los reducen a un rango de edad, o de los aparatos de vigilancia y control que los reducen a comportamiento. Existen a través de la relación múltiplemente que una sociedad particular establece con sus miembros; a través de las representaciones que la sociedad elabora sobre los “buenos” y los “malos” jóvenes; existen a

través del sistema político jurídico que les otorga un “lugar” y les demanda unas prácticas; existen a través del discurso que el mercado elabora sobre y para ellos. (Reguillo, 2000, p. 96)

Al estudio de los grupos de jóvenes y sus prácticas se les ha descrito desde la academia como culturas juveniles, las cuales sólo reúnen los estilos, vestimentas, actitudes, prácticas, con los cuales se les asociaba. Feixa (1995) considera a las culturas juveniles como una metáfora del cambio social, cuyas prácticas se basan en las experiencias y usos del tiempo libre de los jóvenes. Las prácticas juveniles son expresadas de manera colectiva siendo el resultado y reflejo de una sociedad cambiante, ampliando un panorama que permite ver que “los jóvenes se han autodotado de formas organizativas para protegerse de un orden que los excluye, generando entre ellos un sentido de identidad y un sentido común” (Reguillo, 2000, p. 14).

Un ejemplo de las visiones desde adentro que involucran a jóvenes grafiteros, así como la atmósfera de la cultura lúdica que crean, es decir, implicando los espacios y la forma de comunicación que en sus creaciones cotidianas manifiesta es el congreso transdisciplinario *Estéticas de La Calle* coordinado por el etnólogo Marco Tulio Pedroza, cuya primera edición surge en el año 2012. El congreso fomenta el contacto entre los grafiteros, quienes no sólo van a *hacer ver* su trabajo, sino que son quienes también brindan pláticas en conjunto con investigadores de diversos campos académicos en relación con esta práctica urbana. Por ello se destaca esta forma de acercamiento desde diversas disciplinas como visión desde adentro, pues uno de los objetivos principales es tener comunicación con artistas urbanos siendo ellos quienes nos acerquen a su mundo.

El Congreso Transdisciplinario Estéticas de la Calle integra la actividad académica investigativa referente a la cultura urbana alternativa de los escritores de graffiti con las prácticas artístico-culturales de los sujetos que conforman dicha cultura. Para que ello resulte posible, se complementan las ponencias académicas con ponencias empíricas impartidas por los propios graffiteros. Simultáneamente se realizan actividades complementarias como: proyección de video-documentales, talleres, exposición de lienzos, exposición fotográfica, expo-graffiti, tianguis cultural e intervenciones musicales (conciertos al aire). (Pedroza, 2019, p.2)

CONVOCATORIA

8.º CONGRESO TRANSDISCIPLINARIO ESTÉTICAS DE LA CALLE:
DIVERSIDAD Y COMPLEJIDAD EN EL GRAFFITI COMO PRÁCTICA CULTURAL URBANA

UAQ, QUERÉTARO, 25-30 DE MAYO DE 2020
INVITADA LA CULTURA OTOMÍ

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN:

- *PONENCIAS ACADÉMICAS**
Enviar resumen con una extensión no mayor a media cuartilla considerando los siguientes ejes temáticos:
1) Perspectivas teóricas en torno al graffiti
2) Perspectiva institucional en torno al graffiti
3) Perspectiva jurídica en torno al graffiti
4) El graffiti como herramienta sociopolítica
5) El graffiti como herramienta de la estética y el arte urbano
6) Documentación del graffiti en medios impresos y electrónicos
*En caso de que la temática propuesta no se corresponda con ninguna de las mencionadas, se considerará y se incluirá en una nueva mesa.
- *PONENCIAS EMPÍRICAS**
Enviar resumen con una extensión no mayor a media cuartilla, así como carpeta de trabajo.
- *TIANGUIS CULTURAL**
Enviar descripción del producto o servicio que se ofrecerá.
- *EXPO-GRAFFITI**
(Los participantes deben traer sus materiales)
Enviar boceto individual o colectivo con un máximo de cuatro participantes, tomando en cuenta espacios de 12 x 4 m, así como dos fotografías de trabajos anteriores en formato digital (jpg, jpeg, png, etc.).
- *PROYECCIÓN DE DOCUMENTALES**
Enviar ficha técnica y sinopsis del trabajo.
- *IMPARTICIÓN DE TALLERES**
Enviar programa del taller considerando una duración de 2 o 3 sesiones de 2 horas, así como una lista de materiales.
- *PRESENTACIÓN DE PUBLICACIONES**
Enviar la ficha bibliográfica o hemerográfica de la publicación.
- *PRESENTACIONES MUSICALES**
Enviar nombre de la banda o artista, así como un demo (el tiempo para cada participación es de aproximadamente 30 min.)

REQUISITOS PARA EL ENVÍO DE PROPUESTAS:

- Las propuestas deben ser inéditas en su contenido general y específico, podrán realizarse individual o colectivamente.
- Elaboradas en formato Word, fuente Arial, tamaño 12 puntos, interlineado 1.5, texto justificado.
- Incluir el nombre completo de cada participante y/o su seudónimo (así aparecerá en su constancia de participación).
- Enviar por correo electrónico a: esticasdelacalle@gmail.com

***FECHAS IMPORTANTES:**

- 27 de abril de 2020: fecha límite para el envío de propuestas.
- Del 4 al 8 de mayo de 2020: envío de confirmaciones de participación y/o cartas de aceptación.

***CONVOCAN:**

- *Secretaría de Cultura del Estado de Querétaro
- *Cultura en Comunidades y Barrios
- *Universidad Autónoma de Querétaro
- *Facultad de Filosofía de la UAQ
- *ConCiencias
- *Escuela Nacional de Antropología e Historia
- *Cuerpo Académico Análisis del Discurso y Semiótica de la Cultura del Posgrado en Antropología Social de la ENAH
- *Comité Organizador Estéticas de la Calle

ENAH | Consejo Académico | Instituto del Desarrollo y Resiliencia de la Cultura

Ciudad de México, febrero del 2020.

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

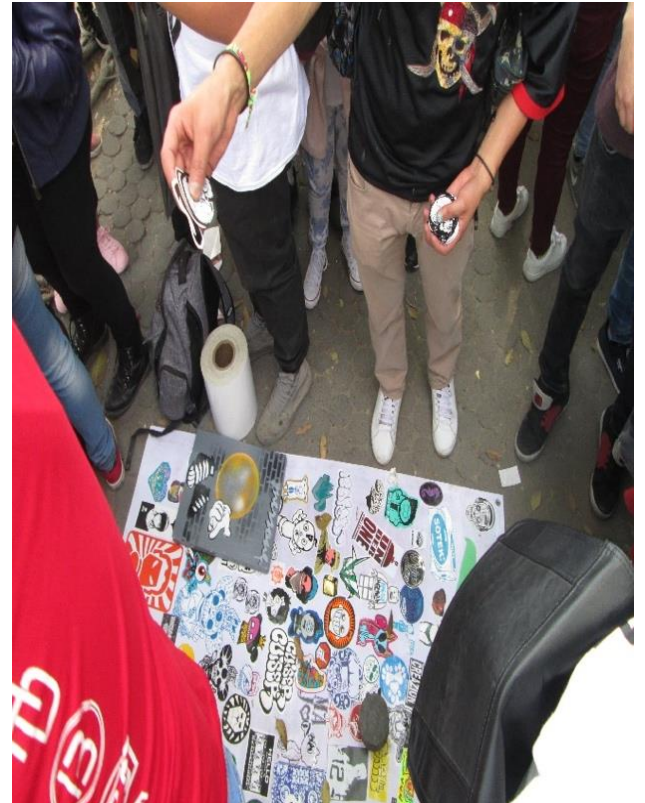
CULTURA SECRETARÍA DE CULTURA | **INAH** Instituto del Desarrollo y Resiliencia de la Cultura

gob.mx/cultura/inah

Imagen 15. Convocatoria 8º Congreso Transdisciplinario Estéticas de la Calle (2020)

A nivel internacional es reconocido el encuentro Meeting of Styles, el cual se fundó en 1997 para fortalecer la red de artistas urbanos alrededor del mundo. Su sentir como organización consiste en unirse y resistir al sistema que la aleja de la libertad en nombre del orden, control y lucro. Es así como se realizan varios encuentros al año, en varias ciudades del mundo. México ha sido sede de estos eventos los cuales consisten en realizar murales de manera legal y difundirse para ser conocidos en el mundo del graffiti, es un encuentro entre grafiteros y artistas urbanos, una oportunidad para difundirse por el mundo.

Otras formas de reunión que brindan importancia a lo que los grafiteros y artistas callejeros hacen son los propios encuentros creados por estos grupos sociales donde no figuran ponencias, ni grandes organizaciones, sino sólo manifestaciones del quehacer lúdico, se divulgan entre las redes sociales y muchos de estos encuentros son dedicados a una sola forma del *Street Art* aunque en realidad se hacen presentes muchas otras formas, tal como sucede con los encuentros de *stickers* donde los creadores de cualquier edad, pero en su mayoría jóvenes acuden a hacer un “cambio”, es decir, intercambiar la creación propia con la de alguien más sin importar si se conocen o no, el juego consiste en coleccionar los *stickers* y reconocerse entre artistas urbanos. Existen quienes llevan mantas de lona o cualquier otra superficie que posteriormente pueda ser trasladada, superficies en las cuales los artistas urbanos van pegando los *stickers* animando a más creadores a llenarles ese mural.



Encuentro de cambios de stickers en el Chopo (2017). Fotografía: Esmeralda Fonseca

A través de la práctica del *graffiti* y *Street Art*, las y los jóvenes muestran sus inconformidades sociales, intereses, creatividad y recurren a temas actuales con los cuales simpatizan, o aquellos que hechos que no se visibilizan, que no están al alcance de todos. Los grafiteros y artistas callejeros mediante sus prácticas urbanas y lúdicas se vuelven sujetos de discurso (Reguillo, 2000) porque movilizan los objetos sociales y tienen un papel activo convirtiéndolos en generadores de cultura.

De acuerdo con De Certeau (1996, citado en Reguillo, 2000) los jóvenes “trafican con y de la economía cultural dominante (...) para inscribir en ella sus intereses y sus reglas propias”. Los jóvenes y sus prácticas surgen a partir de un interés que generalmente comparten con otros, con quienes forman grupos, bandas, pandillas.

La anarquía, los *graffitis* urbanos, los ritmos tribales, los consumos culturales, la búsqueda de alternativas y los compromisos itinerantes, deben ser leídos como formas de actuación política no institucionalizada y no como las prácticas más o menos inofensivas de un montón de desadaptados. (Reguillo, 2000, p. 14)

3.3 Conformando el carácter lúdico de las prácticas callejeras

A partir de aquí se destacan los elementos cotidianos que se presentan en las prácticas urbanas cuyo carácter colectivo corresponde con la creación de una cultura lúdica o, mejor dicho, exponer que la cultura es lúdica. Se propone a continuación que los elementos cotidianos presentes en la cultura lúdica que crean estos sujetos sociales son el espacio colectivo, es decir, la ciudad y la calle, a través del andar, mismo que implica el auto-reconocimiento de su

historia como artistas urbanos y grafiteros, así como la presencia de sus deseos colectivos de hacerse ver aunado al lenguaje comunicativo es lo que destaca a estas colectividades como una forma lúdica de la cultura.

3.3.1 Un título afectivo y prestado: “El andar como práctica estética⁸”

El andar -en esta investigación- se convirtió en una actividad que permitió la exploración de los espacios de manifestación o de hacerse ver de los grafiteros y artistas callejeros, es decir, de la ciudad y de sus calles y de las mismas prácticas. Al ser una actividad tan cotidiana parece ser una actividad en la cual todo está dicho y hecho, sin embargo, también es una de las actividades más investigadas por urbanistas, filósofos y arquitectos, por aquellas disciplinas que se interesan en el espacio, o como menciona Cardona (2014) el espacio social se construye a través del recorrido.

Las prácticas callejeras del *Street Art* y *graffiti* son actividades inherentemente lúdicas, las cuales se caracterizan por implicar la realización de una de las acciones más comunes a los seres humanos: el andar. Francesco Careri (2013) señala que esta actividad es una práctica urbana caracterizada por tener el objetivo principal de “perder el tiempo”, cuyo carácter lúdico inicia en el escape de la utilidad con que se han creado las calles. Es decir, las personas caminamos por las calles, pero no sabemos andar en ellas, las utilizamos únicamente como un camino que se tiene que recorrer para un fin particular, que generalmente es desplazarnos para llegar a nuestros sitios de productividad, descanso o recreación. Todo lo

⁸ Corresponde al libro de Francesco Careri: Walkscapes. El andar como práctica estética, donde hace un breve recorrido por la historia del andar y su vinculación con el arte, en este caso con los surrealistas y su interés por algo más cotidiano y lúdico.

contrario sucede cuando nos permitimos conocer la ciudad por mero gusto o interés. En el caso de los grafiteros y artistas urbanos, sus intereses de hacerse ver conforman un carácter lúdico que reconstruye la ciudad y los propios andares cotidianos.

La historia de los orígenes de la humanidad es la historia del andar, la historia de las migraciones de los pueblos y de los intercambios culturales y religiosos que tuvieron lugar durante los tránsitos intercontinentales. A las incesantes caminatas de los primeros hombres que habitaron la tierra se debe el inicio de la lenta y compleja operación de apropiación y mapación del territorio. (Careri, 2013, p.32)

El andar ejercido desde una práctica improductiva da lugar al personaje del flâneur: “En el París moderno vagaba el flâneur, aquel personaje efímero que, rebelándose contra la modernidad, perdía el tiempo deleitándose con lo insólito y lo absurdo en sus vagabundeos por la ciudad” (Careri, 2013, p.74). Es precisamente la descripción de la forma en cómo los artistas callejeros se van encontrando con los spots perfectos para manifestarse y como esa práctica es un ejercicio estético y colectivo.

3.3.2 Un espacio de manifestación: la ciudad y sus calles

Resulta de gran importancia destacar el papel de las ciudades y el de las calles como uno de los principales configuradores de la cultura lúdica tanto de grafiteros como de artistas urbanos, y a decir verdad de la sociedad en general, tal como se indicó en el capítulo 2. Esto debido a que en las calles confluye la interacción simbólica

más amplia y diversa del pensamiento social. Y asimismo porque la ciudad es un pensamiento. (Fernández, 2020)

La ciudad y sus calles han sido un elemento poco investigado dentro de la Psicología social, sin embargo, tiene un papel que va más allá de un escenario para la vida cotidiana, pues como indica Fernández (2004b):

El ascenso de la sociedad civil en todas partes del planeta en este principio de siglo ha vuelto a mostrar que, efectivamente, la vida colectiva piensa y siente con la calle, y que ésta tiene una razón más extensa, múltiple y plural que la de cualquier otro lugar. (pp. 10-11)

La ciudad y sus calles también tienen connotaciones desde afuera y desde adentro, o sea, que se interpretan según los intereses de unos cuantos o de unos muchos expresando una forma de pensamiento. Así pues, la ciudad puede considerarse un pensamiento, sin embargo, es menester diferenciar la construcción de una visión individualista de la ciudad que suele considerarse el resultado del trabajo de algunos grupos políticos que gobiernan sobre ella asignándole resultados como progreso, razón, estabilidad y organización, adjetivos que a su vez señalan los objetos que corresponden a una ciudad con tales características. Desde estas evaluaciones los grupos sociales dominantes intentan distribuir actividades pertinentes a cada espacio de la ciudad rechazando contaminaciones físicas, mentales o políticas que comprometen la finalidad que dichos grupos se hayan propuesto. De esta manera se presenta a la ciudad como un espacio con un número finito de propiedades estables, aislables y articuladas (De Certeau, 2008).

Lo anterior ilustra cómo se construye la ciudad desde categorías sociales al parecer inmutables, sin embargo, las ciudades ofrecen otras oportunidades de hacer, pensar y estar en el espacio público, otras reglas y motivos para andar en ellas, lo cual inevitablemente la construye como el espacio lúdico por excelencia. El carácter lúdico necesariamente implica una falta de utilidad para los fines de los grupos sociales dominantes.

3.3.3 La narrativa o de la memoria

La apropiación de los espacios sociales equivale a la creación simbólica del espacio. Pero la apropiación no se reduce a escribir algo en las paredes, puede ser tan simple como caminar en ellas.

La historia a la que se hace referencia no es aquella llena de fechas y eventos cronológicos, tampoco es en sí verbal, más bien se trata de una historia que se narra desde las prácticas sociales, desde los elementos lúdicos cotidianos que encarnan las personas, en la vestimenta o también en las palabras que utilizan. La narrativa en realidad deambula por cada uno de los artistas de la calle, de los grafiteros sin necesariamente contarnos sus antecedentes para hacer manifiesta la colectividad y su historia a la que pertenecen. Esa historia y narrativa entonces están presentes en las mismas prácticas, aunque no se les oiga o vea por algún lado, porque no se trata de conocer el nombre del primer grafitero o saber el minuto y la hora exacta en que este movimiento comenzó, sino de cómo el propio pensamiento de la sociedad y la misma sociedad colectiva dieron paso a esta forma de la cultura y cómo a través de los años su historia es apropiada por las personas que se ven inmersas en ella.

Es la narración de los aconteceres sociales una muestra de cómo se piensa la sociedad a sí misma, pues funcionan como reveladores de las formas de la vida cotidiana (Dudet, 2017). Una historia que va más allá de una contextualización cultural académicamente definida. Como menciona Dudet (2017), al hablar de una historia se hace referencia a la conversación que la sociedad tiene consigo misma; por ello el pasado no se refleja, sino que se interpreta y comprende, justo como se ha querido hacer en este trabajo de investigación.

3.3.3 El lenguaje como rasgo lúdico y cultural

El lenguaje da forma al pensamiento, pero no se reduce a las palabras ya sean habladas o escritas. El lenguaje deviene en comunicación y la comunicación es algo más que sólo información entre un emisor y un receptor, también caben “las sonrisas y los contactos como los besos, o los ceños fruncidos y los golpes, las cosas como los muebles y los semáforos, los lugares como las azoteas y las esquinas (...)” (Fernández, 2004b p.16).

Y todas estas formas comunicativas están llenas de memoria, de una memoria narrada como se mencionó anteriormente, esto acerca a las personas a un conocimiento y comprensión de la cultura, de su historia, derivaciones y asociaciones (Dudet, 2017). Mediante el lenguaje y la comunicación que implica también se construye la memoria que las narraciones rescatan como historia. Como menciona Fernández (2004b), la comunicación no está en la información masiva.

Lo anterior permite ubicar cómo los discursos con una visión desde afuera carecen de narrativa y comunicación, pues se han convertido en información esparcida bajo un discurso totalitario, entendámoslo aquí más allá del dominio, es decir, que sus

características hacen que se vuelva único e inamovible, impenetrable a otras formas de decir y hacer o convivir. La información lo hace legitimarse y considerarse absoluto y una guía para el quehacer ciudadano. Por ello no debe sorprendernos que sean los discursos desde fuera los cuales no se cuestionan porque es justamente la falta de comunicación dentro de ellos lo que desplaza a la memoria colectiva.

Las calles son pues, el espacio comunicativo de las colectividades por excelencia (Fernández, 2004b). También es importante rescatar que la comunicación entre grupos sociales se diversifica porque el mismo lenguaje comunica los intereses entre sus miembros y expresa mediante éste toda su historia, su forma de vida, su dimensión temporal y espacial. Se hallan palabras o formas de decir y de hacer que caracterizan a determinados grupos sociales como podrá leerse en los relatos obtenidos.

CAPÍTULO 4. UNA OPCIÓN FENOMENOLÓGICA PARA DESCRIBIR UNA FORMA DE LA CULTURA

El interés por investigar implica siempre una intuición y simpatía (Bergson, 1996), lo que me hace pensar en que un gusto totalmente subjetivo por aquello que llama nuestra atención puede justificarse así para ser perseguido como tópico de investigación. Concordando con Fernández (2004a):

(...) pensar no significa producir una idea racional y técnicamente aplicable, sino sobre todo constituir una imagen, que tiene una forma, y no una lógica: una imagen de principio, inicial, como en el caso de las convicciones o de los principios, que motive todo lo demás, que haga moverse al resto del pensamiento. (p. 15)

El camino que uno decida tomar para saciar su curiosidad puede inscribirse en lo que se conoce como método, en el caso del trabajo aquí presentado se recurrió a uno de corriente fenomenológica. De acuerdo con Taylor, Bogdan y DeVault (2016): “El término metodología se refiere a la manera en que nos aproximamos a los problemas y cómo buscamos respuestas. En las ciencias sociales el término aplica a cómo conducimos la investigación” (p. 16).

Empero, en las llamadas ciencias sociales, el método ha generado intentos -fallidos en la realidad, aprobados en la academia- por cristalizar en estadísticas los comportamientos, actitudes, creencias y demás entidades psicosociales para explicar a la sociedad, dejando de lado lo cotidiano y cualitativo, posiblemente pensado en el mundo

institucional como puras banalidades. La Psicología Social no es la excepción, pues dado que aún reniega⁹ de su quehacer en el mundo, se ha tenido que conformar por sobrevivir en las universidades enfrentándose a la burocracia institucional que la ha convertido en “una ciencia bastante segundona” (Fernández, 2016, p. 16) toda vez que se justifica y define como lo psicológico con unas gotitas de sociología y viceversa. Sin saber, mejor dicho, sin reconocer ni recordar que su esencia se encuentra en la cultura.¹⁰

Son dos las perspectivas metodológicas que sobresalen en el campo de las ciencias sociales, por un lado: el positivismo, auspiciado por Auguste Comte (1896) y por Émile Durkheim (1938, 1951) (Taylor et al., 2016) que se basa en el modelo metodológico de las ciencias naturales; por el otro, encontramos el método fenomenológico que a diferencia de lo señalado anteriormente, basa su investigación social en la perspectiva propia del actor, siendo ésta la perspectiva que se desarrolla aquí: la de los creadores de *graffiti* y *Street art* o *arte urbano*, para quienes estas prácticas se han convertido en su forma de vida, siendo, por lo tanto, ellos mismos los que nos introducirán a este mundo artístico, lúdico y efímero.

⁹ “(...) la indefinición de la psicología social (en el ámbito mundial, local o gremial), seguramente es una irresponsabilidad de quienes la configuran, la describen, delimitan y transmiten a las posteriores generaciones, sean alumnos o colegas” (Navalles, 2014:77).

¹⁰ En realidad, podría hablarse en estos términos de la Psicología Colectiva, misma que enraíza los orígenes de la Psicología social, siendo la primera, esa parte desdisciplinada de la “ciencia de la mente”, debido a su historia y tendencias románticas, afectivas, colectivas pero intangibles e inútiles (en el mejor sentido de la palabra, aunque no lo parezca).

La metodología cualitativa denota una investigación que genera datos descriptivos, ya sea a través de palabras escritas o dichas, así como de conductas observables, siendo de gran utilidad para aproximarnos a la construcción de la realidad de los demás (Taylor et al., 2016). Hay diversas técnicas que permiten el acercamiento a los actores sociales, ya sean entrevistas o la observación participante¹¹, es decir, se realiza un trabajo de campo, ya que el investigador, pese a ser un extraño en la atmósfera que ubica su interés, logra insertarse en ella para mirar más de cerca y así comprenderla directamente.

La sistematización del presente trabajo se desarrolló en las siguientes etapas 1)Observación: la cual versó en un primer momento como detonador del interés, del que se puede comentar que no se manifestó alguna teoría o hipótesis durante la misma sino que simplemente se acudía a lo encontrado en las calles, en cuanto a *graffiti* u otras expresiones del *Street Art*; 2)Contacto con informantes: lo cual implicó la búsqueda de artistas callejeros para obtener una idea más sólida acerca de este tema -en un inicio se tenía la intención de hablar sólo de *graffiti*, sin embargo, el contacto con los propios artistas dio lugar al encuentro con otras formas de *arte callejero* y como se verá en los relatos, es una práctica tan variada que es difícil señalarse sólo como grafiteros, ya que su propia experiencia les lleva a moverse por un continuo que engloba diferentes prácticas urbanas, así pues, en esta disertación será común ver más la palabra artista callejero/urbano que grafitero; 3)Entrevistas: se llevaron a cabo en una sola ocasión, sin embargo, la interacción reiterada -aunque no necesariamente presencial, en un inicio- se

¹¹ Comúnmente se asocia esta forma de trabajo con la antropología debido a la influencia de Boas (1911) y Malinowski (1932), a quienes se adjudica la legitimación del trabajo de campo, ya que se dice que Malinowski fue el primer antropólogo que describió y documentó -con fotografía- su investigación (Taylor et al., 2016).

realizó antes y después de las mismas, pues para su realización era necesario en primer lugar el contacto, enseguida, porque estas también se alimentaron de observación participante al ser invitada por los mismos artistas a eventos, por lo encontrado en las redes sociales y por las lecturas a la calle que nunca se dejarán de hacer; 4) Transcripción: consistió simple y llanamente en textualizar las entrevistas; 5) Narración: las entrevistas se convirtieron en relatos, de manera que lo dicho durante las mismas representaran por completo la esencia de los artistas al respetar sus expresiones e ideas.

A continuación, se presenta el camino que se siguió para alimentar el método observacional y la técnica -que más adelante describiré- de esta tesis, fundados principalmente en una forma lúdica.

4.1 Método: Los extraños que investigan desde dentro

Como se mencionó en la introducción, el tema de esta investigación surge de mis vagabundeos por la ciudad sin un fin en particular. Es por medio de estas caminatas que me voy conformando por una cotidianidad pintoresca que ha permitido la lectura a las calles, es decir, ese movimiento tan común que nos dirige a nuestros destinos diarios funge como la vía para adentrarse en el tema presentado.

Puede parecer banal, pero el caminar es una de las actividades con sentido no sólo a nivel social, sino estético, que surge en las calles permitiendo la apropiación, construcción y transformación de estos espacios convirtiéndose en un acto perceptivo y creativo que, de hecho, podría ser también un acto democrático (Cardona, 2014). Careri (2013) lo plasma de la siguiente forma: “(...) el andar es un instrumento estético capaz de descubrir y de modificar aquellos espacios metropolitanos que a menudo presentan una naturaleza que debería comprenderse y llenarse de significados, más que proyectarse y llenarse de cosas” (p. 20).

Para los arquitectos es esencial este quehacer, pues la presencia de los transeúntes por medio de su movimiento influye en configuraciones mentales urbano-arquitectónicas que son primordiales para la ejecución de dichos actos creativos (Cardona, 2014). La historia de la humanidad es una historia del andar: desde nuestros antepasados nómadas a quienes no sólo permitió su supervivencia, sino que, durante el desarrollo de las civilizaciones, dio paso a los intercambios culturales, y fue gracias a estas incesantes caminatas que los territorios fueron apropiados y mapeados por sus andantes (Careri, 2013).

Es así como este andar lúdico me permitió no sólo encontrar diferentes formas del *Street Art* sino también a varios artistas, reconociéndoles y notando que, así como yo, ellos también van caminando las calles, creándolas, entendiendo el *graffiti* y las nuevas formas de *arte urbano* o *arte callejero* como una naturaleza del espacio social, puesto que los artistas urbanos andan y en ese andar van colocando sus creaciones en las calles, dando a sus prácticas urbanas un valor estético desde el momento que vagan buscando el *spot* a invadir,

preguntándose cuál será el menos peligroso, checando que no anden por ahí los *polis*, o qué tan difícil será llegar al espectacular para *rayarlo*. He ahí los significados intrínsecos de sus prácticas urbanas. Según Cardona (2014): “Desplazarse por la ciudad es una de las apuestas del artista moderno, se trata de revelar la ciudad como materia psíquica y depósito de huellas de la vida social” (p. 69).

Con esta *flanerie*,¹² comencé a documentar vía fotográfica los *graffitis* que veía en la calle, así como los *stickers*, *murales*, que acompañan mi andar diario. De esta forma encontré que en la Ciudad de México destacan mucho más los *murales*, *piezas*, *stickers*, por mencionar los más afamados, entre otras nuevas formas de arte urbano menos conocidas como el *madonari* y las *propas*. En municipios del Estado de México se observan más *tags*, *piezas* y *stickers*, y recientemente se patrocina la creación de *murales* temáticos.

Como puede suponerse, mi vagabundeo abarcó varios puntos de la Ciudad de México y del Estado de México, algunos de los puntos en la CDMX fueron: Ciudad Universitaria, Coyoacán, Centro Histórico, Iztapalapa, Venustiano Carranza; colonias como la Condesa, Roma, Escandón, Tacubaya, San Miguel Chapultepec, entre otras. Los municipios del Estado de México que se callejearon se ubican en la zona norte del estado: Atizapán de Zaragoza, Tlalnepantla, Naucalpan y Nicolás Romero. Esta documentación fotográfica permitió el hallazgo de una gran variedad de expresiones artísticas callejeras, variedad de estilos que hace único a cada creador, *tag*, *pieza*, *crew* o *colectivo*.

¹² Corresponde a la acción del *flâneur*.

De esta forma encontré un mundo más amplio de lo que observaba, por lo tanto, me ha parecido importante rescatar la visión desde adentro, es decir, desde los artistas callejeros mediante relatos que permiten una comprensión de su mundo con sus propias palabras. Así pues, con la información obtenida y con lo visto tanto en callejeos como en encuentros cara a cara, es que se va develando una especie de juego que se niega a nivel institucional precisamente por sus características lúdicas y efímeras, por lo cual he decidido indagar en las prácticas urbanas que se desprecian por no caber en un discurso hegemónico sobre el arte, la ciudad y la cultura.

4.2 Objetivo

El objetivo general de esta investigación es: lograr un acercamiento al mundo del *Street Art* y del *graffiti* de la mano de dos artistas urbanos, así como rescatar el carácter lúdico de la cultura a través de los relatos obtenidos mediante entrevistas en profundidad.

Los objetivos específicos que se trazaron con la inmersión en el mundo del *graffiti* y *Street Art* son los siguientes:

- a) Descubrir y describir los elementos lúdicos inherentes al *graffiti* y *Street Art*
- b) Exponer las variantes del *graffiti* y *Street Art* en la actualidad.
- c) Entender la cultura como un juego y viceversa.

4.3 Técnica: la entrevista en profundidad

Para lograr un acercamiento al *graffiti* y *Street art*, pero que fuera más allá de lo observado durante los callejeos, era esencial conocer esta forma de la realidad social a través de sus creadores y de sus propias experiencias, revelando que hay otros aspectos antes, durante y después de plasmar su trabajo en las calles, mostrando así el juego que se presenta dentro de esta colectividad.

Es así como opté por la realización de entrevistas ya que, la entrevista es una herramienta útil para conocer las opiniones de las personas, sus expresiones, ideas y experiencias. Hay distintas formas de manejar las entrevistas, por un lado, encontramos aquellas que siguen una línea sencilla y estructurada donde se proporcionan preguntas cuyas respuestas están estandarizadas con la meta de entrevistar a la mayor cantidad de personas posibles acerca de algún tema en particular. Por otro lado, están las entrevistas cualitativas que se caracterizan por no ser directivas, estructuradas, ni estandarizadas y son completamente abiertas (Taylor et al., 2016).

Como menciona Deutscher (citado en Taylor & Bogdan, 1987) las personas dicen y hacen cosas diferentes en distintas situaciones, siendo la entrevista un tipo de situación de la cual no debe darse por sentado que sus declaraciones sean idénticas en otras situaciones. La entrevista en profundidad es un tipo de herramienta cualitativa que permite crear -más que una serie de preguntas inconexas y dirigidas a un objetivo previo- una conversación que deje que el informante se exprese tal cual lo hace en su vida diaria, sin imposiciones académicas por parte del investigador, según Taylor et al. (1987):

Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. (p. 100)

La elección de la entrevista en profundidad para el estudio de temas sociales y sus actores resulta adecuada y necesaria debido a que las características de ésta efectúan una empatía de la cual siempre se habla -sobre todo en Psicología- pero que se percibe y elabora de forma más honesta y no obligada, es decir, el propio contacto entre el entrevistado y el entrevistador se realiza fuera de esa aura de experto y sujeto de investigación, como menciona Robles (2011):

(...) más allá de tratarse de un término que dimensiona el contenido de la entrevista, la intencionalidad principal de este tipo de técnica es adentrarse en la vida del otro, penetrar y detallar en lo trascendente, descifrar y comprender los gustos, los miedos, las satisfacciones, las angustias, zozobras y alegrías, significativas y relevantes del entrevistado; consiste en construir paso a paso y minuciosamente la experiencia del otro. (p. 40)

Para la realización de las entrevistas en profundidad se formularon algunas preguntas detonadoras que abrieran paso a la conversación, cuestionando conforme las respuestas que los artistas brindaban sobre sus experiencias con estas prácticas callejeras, dando paso a la escucha activa del informante, lo cual es de gran importancia pues cuando el investigador no está familiarizado con la atmósfera que investiga, surgirán dudas acerca del significado de lo expresado, llevando al extraño a descubrir más sobre este mundo, por lo tanto, no se toman en cuenta las referencias que haya tenido el investigador anteriormente, pues en un mundo distinto no suelen adjudicarse los mismos significados a actividades similares. Algunas de las preguntas clave que se idearon para obtener la información diana sobre estos creadores son las siguientes:

1. ¿Cómo te iniciaste en el *street art*?
2. ¿Qué tipo de *street art* realizas?
3. ¿Tienes/perteneces a algún *colectivo* o *crew*?
4. ¿Has tenido problemas con la ley?
5. ¿Qué piensas sobre invadir el espacio público?

4.4 Procedimiento: creando una red social cara a cara

En este apartado se da una idea de cómo fue la búsqueda y el encuentro con los artistas urbanos y sus prácticas callejeras, así como el lugar donde se realizaron y algunos detalles observados durante la entrevista. Es importante comentar que gracias al primer informante pude contactar a otros artistas callejeros, aunque de manera indirecta. Este tipo de comunicaciones se denomina “bola de nieve”, gracias a la cual los informantes pueden apoyarnos con el contacto con otras personas que también deseen colaborar en la investigación, dado que forman parte de la misma colectividad.

4.4.1 Participantes

Se contó con la participación de dos artistas callejeros, dos hombres involucrados en el *graffiti* y *Street Art*. A ambos se les realizó una entrevista en profundidad con una duración aproximada de 1 hora. El medio que se utilizó para grabar la conversación fue un teléfono celular. Se les indicó que dicha entrevista era para presentar sus historia en un trabajo de tesis; también se mencionó que se mantendría su anonimato si así lo deseaban y que se sintieran en la libertad de no contestar preguntas que no les parecieran o dar por terminada la entrevista en cualquier momento, sin embargo, en ninguno de los casos se dieron estas dos últimas situaciones debido a que se mantuvo un buen rapport con los informantes, así como una comunicación dirigida exclusivamente a develar los secretos de su mundo artístico callejero.

4.4.1.1 Primer informante: *Geder*

En primer lugar, vía *facebook* realicé la búsqueda de grafiteros y *colectivos* según los *tags* recolectados en mi documentación fotográfica, pero no aparecían así -supongo que deben resguardar su anonimato-. Después de varios intentos busqué de forma general en el libro de caras como “grafiteros” y encuentro algunos, pero pocos grupos de grafiteros donde *publican* alguna que otra *bomba* o *wildstyle*: enlace guardado. Sigo buscando y encuentro la página de un grupo de artistas urbanos que se hace llamar “*Pajas Colectivo*”, me llama la atención por la ubicación: Yucatán y CDMX. Ingreso a la página y comienzo a ver los vídeos que han *posteado*: breves y de buena calidad donde muestran cómo invaden los *spots*, resulta curioso que en la mayoría de ellos se les observa pegando unos posters (como hasta ese momento le puedo nombrar). Sin perder tiempo me comunico vía *inbox* con el *colectivo* invitándoles

a participar como informantes en este trabajo de investigación. No pasan más de 12 horas y recibo una respuesta positiva de *Geder*, el fundador del *colectivo*, quien incluso comenta que acepta una entrevista con videocámara.

Después de este primer contacto vía *redes sociales* se acuerda una entrevista en un lugar público y céntrico que permita un traslado sencillo. El punto de encuentro es en la entrada del Palacio de Bellas Artes a las 2 pm aproximadamente, el 21 de agosto de 2017. A la entrevista acude *Geder* acompañado de su esposa. Mientras nos dirigimos a un lugar más cómodo para realizar la entrevista me va platicando que ya le han hecho entrevistas anteriormente y que junto con sus amigos está planeando una fiesta de aniversario de su *colectivo* al cual asistirán muchos artistas urbanos de toda la República, y de paso soy invitada.

La grabación de la entrevista es sólo auditiva, con una duración de 01:01:27. He de destacar que *Geder* es un informante muy bueno, es decir, habla claramente de su mundo, da anécdotas y detalles de su vida, no le cuesta hablar, lo cual dio lugar a un relato bastante significativo y curioso. Al finalizar la entrevista se toma una fotografía del artista urbano con algunas muestras de su trabajo (*stickers*). En ese primer encuentro con *Geder* recibo algunos *stickers* como regalo. Después de esta entrevista mantengo un contacto con *Geder* vía *redes sociales*, por lo cual me invita a varios eventos de artistas callejeros y a acompañarlos durante las invasiones a la calle, de esta manera me he mantenido al tanto de sus creaciones colectivas.



El Geder. Alameda Central, CDMX (2017).
Fotografía: Esmeralda Fonseca

4.4.1.2 Segundo informante: Zugor

A *Zugor* lo encontré repartiendo estampitas (hasta ese momento como mi lenguaje le podía llamar) entre una multitud, acompañado de su hermano en el *Tianguis cultural del Chopo*. Me interesé de inmediato en saber qué hacían, me acerqué a preguntar cosas muy básicas; por supuesto, primero me presenté y le señalé la razón por la que me encontraba ahí. Me sorprendió saber que dentro del mundo del arte callejero el *Pajas Colectivo* tiene un renombre muy grande, muchos los conocen e incluso el mismo *Zugor* me indica que *Geder* “ya es otro nivel” de artista callejero, es más, la fiesta de aniversario es una noticia entre todos ellos conocida y esperada.

Después de esta introducción que logró romper el hielo, le pregunto acerca de lo que hace, cómo se hace llamar en el mundo del *Street Art*; me comenta que se hace llamar *Zugor*, está estudiando el bachillerato y que le gustaría estudiar algo relacionado con las artes visuales, así mismo me regala uno de los *stickers* que intercambia en ese encuentro y compartimos datos de contacto por si gusta apoyar en la labor psicosocial que hago en esos momentos. Después de unos días me comunico con él vía *facebook* para realizar una entrevista, a lo cual sin mayor problema decide apoyar con su testimonio. La cita para la entrevista es el 02 de enero de 2018 también en la Alameda Central a las 2 pm, a la cual acude acompañado de su novia; la duración de la entrevista es de 50 minutos aproximadamente.



Encuentro con Zugor en el Chopo, CDMX (2017).

Fotografía: Esmeralda Fonseca

4.5 La narración: una forma lúdica para presentar resultados

Dentro de la fenomenología se considera a los análisis narrativos como una perspectiva postmoderna cuya idea principal es reconocer que la gente se comunica consigo misma y con otros a partir de historias (Richardson, 1990, citado en Taylor et al., 1987) y el interés gira en torno a saber cómo narra la gente su versión de la realidad. Dichos análisis trabajan con historias que se obtienen a partir de entrevistas y concurrencia con la vida diaria de los informantes. La construcción de las narraciones o historias de vida se obtiene compaginando el

relato para captar la perspectiva, sentimientos y modos de ver de las personas (Taylor & Bogdan, 1987). Al reunir la historia, se trata de identificar los períodos críticos que dan forma a la perspectiva del actor social.

De acuerdo con Taylor & Bogdan (1987) el análisis cualitativo a través de la narración implica el conocimiento íntimo de los datos, es decir, prestando atención puntual a las transcripciones, notas y documentos. Por ejemplo, en esta investigación se realizó la escritura de un diario de campo, el cual permitió dar cuenta de diversas formas de ver el *graffiti* y arte callejero en la vida cotidiana, siendo de gran ayuda para conformar las visiones desde afuera y desde dentro; las fotografías también formaron parte importante de la investigación, así como la opinión encontrada de manera casual al vagar en las calles, las notas periodísticas, etc.

Las historias de vida se elaboran codificando y separando los datos para destacar las etapas más relevantes de los informantes, así cada etapa puede entenderse como un capítulo (Taylor & Bogdan, 1987). Pese a que no se pueden incorporar todos los datos obtenidos en las entrevistas, ya que algunos no resultan ser de importancia para los intereses de la investigación, sí es menester considerar aquéllos que modifiquen cualquier interpretación de la vida y experiencias del protagonista.

Como bien se mencionó anteriormente, el paso final en la construcción de los relatos consiste en compaginar las respuestas dadas en la entrevista en profundidad sobre las experiencias de los informantes para tener una historia coherente. Según Taylor & Bogdan (1987) “la historia de vida debe resultar legible sin que se hayan atribuido al protagonista cosas que no dijo o cambiado el significado de sus palabras” (p. 175).

En la creación de los relatos es válido omitir frases o palabras repetitivas, sin embargo, nos corresponde reflejar las formas características de expresión de cada informante, así como las faltas ortográficas y la “mala” pronunciación. Se pueden agregar frases de conexión para hacer inteligibles las palabras de la narración, éstas pueden retomarse de las preguntas realizadas en la entrevista.

Como ejemplo se puede considerar una de las preguntas hechas a Geder: “¿cómo te iniciaste en el *graffiti* y en esto del *Street Art*?”, su respuesta fue “Sí, fue en la secundaria, recuerdo en ese tiempo no había mucha difusión para mí porque el *graffiti* pues, siempre ha existido” combinándolas en la conformación del relato de la siguiente manera: “Fue en la secundaria donde empecé a hacer *graffiti*, recuerdo que en ese tiempo no había mucha difusión para mí porque el *graffiti* pues, siempre ha existido.”

5. RELATOS

A continuación, se presentan los relatos obtenidos de las entrevistas realizadas a Geder y a Zugor.

El primer relato “*La calle es de quien la trabaja*” pertenece al resultado de la entrevista realizada a Geder. En seguida se encuentra el relato de Zugor: “*Bocetear para La calle*”. Cada relato cuenta con subtítulos que representan un capítulo que señala las distintas etapas en su relación con el *graffiti* y *Street Art*. Las letras en negritas indican aquellas frases u oraciones que no dijo el entrevistado, sin embargo, éstas funcionan para cohesionar la narración y darle coherencia tal como se menciona en el capítulo 4. Las frases no se inventaron al azar, ya que muchas fueron obtenidas de las preguntas realizadas a los informantes. El resto de la narración son las respuestas de los artistas urbanos entrevistados. Las palabras en cursivas forman parte de los elementos cotidianos del *Street Art*. Tampoco se modificó ninguna expresión hecha por los informantes, se representa aquí tal cual la forma que ellos tienen para comunicar su mundo, sin ningún juicio tanto a ellos como a su vida cotidiana.

STREET ART: LA CALLE ES DE QUIEN LA TRABAJA

INICIOS EN EL GRAFFITI Y STREET ART

Fue en la secundaria **donde empecé a hacer *graffiti***, recuerdo que en ese tiempo no había mucha difusión para mí porque el *graffiti* pues siempre ha existido. No sabía realmente lo que era un *tag* o cómo hacerlo, no sabía lo que era una *bomba*, no sabía lo que era un *wildstyle*, no sabía nada, a lo mejor mis amistades más grandes **sí**. Yo tengo tíos que eran *grafiteros* y por ese medio pues fue como conocí ciertas marcas de botes, plumones, cómo *taggear*, qué era una *bomba*. Del 2007 al 2008 como que mi vida fue puro *graffiti*, tanto mañanas como noches, pero del 2008 al ahorita 2017 cambié al *Street Art* que es hacer serigrafía sobre vinil y pegarlo en las calles y pues así fue como inicié.

Al principio pues se me hizo muy difícil porque no sabía cómo qué dibujar o no sabía realmente. Me acuerdo que cuando hice mi primer *propaganda* fue en papel bond igual con plumón, pero el fondo del papel bond quedó muy feo la verdad, quedó muy feo, le ponía unas líneas rojas al fondo como si fuera una bandera japonesa pero pues no; de ahorita a las que hacía antes sí hay una gran diferencia, entonces en este mismo ámbito mis mismos amigos me fueron como que diciendo “mira puedes hacer esto, puedes hacer el otro” y al igual cuando ellos tienen así como que alguna idea atorada y si yo les puedo ayudar, pues entre nosotros mismos nos echamos la mano.

La marca que yo dejo no tiene un significado, para mí no, bueno *Geder* es como... se podría decir que soy yo, pero pues más que nada yo lo que hago es que la gente voltee y vea que existe otra cosa aparte de la televisión, de las noticias. No todo en la vida es una computadora, no todo en la vida son redes sociales. No estoy en contra de eso porque yo tengo mis redes sociales, pero no todo en la vida es estar atrás de una computadora, estar atrás de una televisión, estar en casa. Yo lo que hago con mi trabajo es que la gente vea que afuera existe otro mundo y pues si hay nuevas generaciones a las que les gusta **algo** pues que lo sigan.

Geder, mi apodo, siempre ha sido de grafitero desde el 2007 que inicié, siempre ha sido así, yo creo que todos pasamos por una etapa en la secundaria donde, pues, conoces amistades ¿no? te quieres sentir a lo mejor el más grafitero. Entonces, en ese tiempo cuando yo iba en la secundaria conocí varias amistades, incluso pues ahorita con el tiempo, pues los sigo viendo. Y a mí no me gustaba el *graffiti*, pero a lo mejor por ellos como que me llamó la atención y ahorita puedo decir que ya se volvió parte de mi vida tanto el *graffiti* como el *Street Art*, y desde el 2007 se me quedó *Geder*. El apodo me lo puso el papá de mi hermano, él antes se juntaba con muchos grafiteros, pero tenían un *crew* que se llamaban *Los GE*. Digamos que para poder entrar ahí tu nombre tenía que empezar con la G y con la E. Había gente que pintaba *Gender*, unos que pintaban *Gema*, o sea, siempre era la G y la E al principio, y él fue el que me puso *Geder* entonces así siempre lo utilizo. Yo no he buscado, bueno sí he buscado significados, pero pues no he encontrado ninguno. Yo le pregunté a él por qué *Geder*, él me dijo que según le gustaba el nombre de *Eder*, entonces él nada más le agregó la G y yo me quedé con eso. **Ese nombre lo vas a ver en mi trabajo, aunque** mis propagandas o lo que yo hago no tiene ningún término. Yo pego *el bebé de Gerber*, es, digamos que es como una copia

que ya estaba, pero pues no lo hago con ningún fin, no tiene nada que ver, pero cuando yo pego un bebé **recuerdo** que tengo un hijo de 3 años, como que yo veo a mi'jo y me reflejo en eso, o sea, por eso escogí pegar un bebé porque yo tengo un bebé, más que nada es por eso.

EL MUNDO DEL STREET ART

En una sola palabra podría definir **el *Street Art*** como mi vida porque prácticamente tengo 25 años, llevo 10 años en esto, casi ha sido la mitad de mi vida, pues podría decirlo en pocas palabras: es algo ya muy propio, que ya no pienso dejar.

He salido de la Ciudad, como a dos estados que es Toluca y Puebla, pero prácticamente en toda la República me conocen, de hecho, no tiene mucho que apenas vino un amigo de Yucatán y grabamos algo. Entonces él vino exactamente... venía a ver a sus familiares, pero él me contactó, me dijo “¿sabes qué? quiero hacer una colaboración contigo y grabar algo” y lo hicimos.

El movimiento del *Street art* está muy bueno, siento que de toda la República Mexicana es donde está el mayor número y pues lo más fuerte, porque yo he ido a otros estados a pegar y te lo juro que es como si no existiera la policía porque es como si estuviera pegando en mi casa y aquí en México no, aquí en México realmente aunque pegues una estampa tienes que voltear a todos lados porque no sabes si te va a salir un policía, si llega una patrulla, si la misma gente de ahí te va a decir algo, entonces siento que aquí en México está lo bueno. Me refiero al Distrito, en la Ciudad de México es lo bueno. **Pero tengo trabajos de otros artistas**, muchos, de otros países también: de Japón,

de Francia, de Alemania, de Estados Unidos, del Paso Texas y de todos los Estados de la República.

Hay varios expositores muy buenos **en el país**, hace poco conocí a un cuate de allá de Toluca, le dicen *El Mers*, sus trabajos son impactantes. Él hace *stencil*, pero con una dedicación muy chida y tú lo ves. Yo cuando no lo conocía, yo veía sus trabajos y son de los pocos trabajos que yo digo ¡wow! O sea, están muy, muy buenos y cuando yo lo conocí me llevé otra impresión porque, pues, prácticamente digamos que ya es un, no un señor, pero ya un chavo como de 30 años, 32 años, cuando yo tenía un concepto de que, pensé que él era un joven como de 20, 23 años y pues eso está padre. Allá en Toluca hay un movimiento bueno y, por ejemplo, de mis amigos de mi *colectivo* ellos están como que agarrando cierta parte de Toluca muy fuerte, entonces sí van, van muy bien allá en el *colectivo* en Toluca. Hace poco nos invitaron a Toluca, hubo una exposición, de hecho, recuerdo que fue un sábado la exposición, yo llegué el viernes allá porque lo mismo: fuimos a grabar un día antes, grabamos con éxito y al otro día llegando a, digamos que a la exposición, nos dieron como que un cierto lugar donde nosotros podíamos exponer nuestro trabajo.

No he expuesto en museos, todavía no tengo digamos que el conecte, el empuje para exponer, obviamente pues yo creo que todos querríamos llegar a un objetivo en el que sí podamos exponer en algún lugar muy bueno, pero pues igual no descarto que a lo mejor en unos años pueda exponer en algún lugar donde sea para todo el público, obviamente me gustaría un montón que eso pasara. Pero eso no sería legalizar mi trabajo, yo siento que no, por ejemplo, ahora que va a ser nuestro aniversario yo estoy consciente que no va a ser gratis porque todos los de mi *colectivo* tenemos que gastar dinero tanto en

buscar un lugar, ver lo que tenemos que arreglar en ese lugar, queremos llevar música, queremos llevar otras cosas, pero aun así aunque nos gastemos mucho dinero va a ser gratuito (**para el público**), o sea, nosotros estamos conscientes de lo que vamos a gastar, pero todos **coincidimos** en que nunca nos vamos a legalizar.

A la gente que legaliza su trabajo yo se los respeto mucho porque cada quien hace con su trabajo lo que quiere, cada quién sabe lo que se gasta, el tiempo que invierte. **Por mi parte**, yo puedo decir que a mí me cuesta tiempo hacer *stickers*, hacer propagandas, me cuesta dinero. Pero hay mucha gente que me ha pedido estampas, incluso gente que no está en el ambiente **del Street Art** y que me dice: “oye tu trabajo me gusta, tu trabajo nunca lo he visto y se me hace algo como muy fuera de lo común”. Mientras a mí la gente me siga pidiendo y aunque no me pida yo nunca voy a legalizar mi producto. Yo sé de dónde vengo y todo lo que me ha costado llegar hasta aquí. Han sido rechazos, han sido habladuras, han sido pérdidas de amigos, han sido buenos momentos, entonces juntando todo eso yo me hago a la idea de que no, nunca, nunca vendería, nunca legalizaría mi producto, pero los que lo hacen yo se los respeto porque al final de cuentas hay muchos trabajos que están legalizados y sí tienen buenas ideas, y también hay mucha gente que sí lo compraría porque sí son muy buenas cosas las que aportan.

Aunque no aprendimos esto en una escuela, muchas personas pues no conocen este tipo de cosas que hacemos, pero pues al menos los que están en mi *colectivo*, pues como que no, no pertenecemos a algo así, o no estudiamos algo así, pero pues yo quiero creer que hay ciertas personas que sí realmente, sí, sí contribuyen como que a algo así. Pues yo siento que no es necesario **que expongas tu trabajo en un museo** porque, pues hay muchos artistas que son grandes y han expuesto en varios museos, pero también han expuesto en la calle, entonces, pues yo siento que el arte se puede ver en todos lados no forzosamente en un museo, pero yo siento que si hubiera la oportunidad de exponer en algo ya más grande, pues obviamente sería muy tonto el que la rechazaría.

Aunque yo digo que este movimiento sí debe quedarse en la calle porque siempre ha sido de la calle. Hay gente con más trayectoria que a lo mejor ya su vida es dedicarse a pintar o hacer esculturas y pues ellos ya lo ven como medio de trabajo. Para mí el *Street Art* es diversión, compañerismo, conocer nuevos lugares y eso es lo que a mí hace a que todo esto se quede en la calle.

Admiro a varios artistas urbanos de aquí de la Ciudad son 2... 2 de *Street Art* y de *graffiti* son 3, de otros países solamente es uno que se dedica al *Street Art*. De aquí del DF en *Street Art* es el *Omet* y el *Tape*, y de *graffiti* es el *Buster*, el *Siler* y el *Zombra*, y de Estados Unidos: *Bansky*. Es muy popular y creo que *Bansky* se lo ha sabido ganar, la neta sus trabajos de *Bansky* son otro nivel, yo he visto trabajos desde que inició hasta ahorita... *Bansky* es anónimo, por si no lo sabían *Bansky* es anónimo, entonces a pesar de ser anónimo ha hecho trabajos muy buenos que ni tú mismo te puedes imaginar, entonces *Bansky* se lo ha sabido ganar. Yo creo que sí fue pionero en el *Street*

Art. Él hace *Arte Callejero*, yo lo que he visto es que él hace más *stencil*, es mucho *stencil*, pero su *stencil* es como con mucho ingenio porque él puede ver una barda rota y ahí puede poner algo, entonces como que su *Street Art*, su nivel de *Street Art* ya es muy alto.

HACIENDO STREET ART

El material que uso para hacer *Street Art* es *vinil*, ese material tú lo pegas en la calle y puede durar, pero hay ocasiones en que no dura, depende la marca. Existe *vinil* muy fuerte, pero dependiendo, digamos la calidad pues va a ser la cantidad en lo que te lo van a cobrar. Yo la técnica que utilizo es *vinil* y encima le pongo *serigrafía*, pero ahorita estoy sacando como cosas nuevas, estoy sacando... estoy interviniendo con madera. La madera la hago con aerosol, *serigrafía* y de vez en cuando pues con plumón; estoy interviniendo con discos, lo mismo: es *aerosol* y *serigrafía*, pero aquí puedes intervenir con mucho. Hay gente de mi *colectivo* que yo he visto que hace *papiroflexia*, y esa *papiroflexia* las pega en la calle, cachos de madera. Hubo un tiempo, mi abuelo es zapatero, él compone zapatos, cuando él ya no utilizaba las suelas de zapatos viejos, yo las utilizaba y encima les ponía *serigrafía* y esas yo las colocaba en calle, entonces en el *Street Art* puedes utilizar todo lo que tú puedas, con lo que tú te sientas a gusto, puedes utilizar de todo.

Varía el tiempo para hacer mi trabajo, pues no te puedo decir que exactamente como en 5 minutos ¿no? porque cuando yo hago *stickers*, hago un tiraje de 300 o 400 *stickers*, entonces, digamos que me puedo llevar medio día haciéndolos, incluso hasta hay veces que días, porque... una vez recuerdo que creo fue de las veces que más hice *stickers*, empecé a las 6 de la mañana y terminé como a las 2 de la mañana y ese día hice *stickers* a 3 colores y... hice como mil, entonces, o sea, no te puedo decir 5 minutos, una hora, medio día porque sí, pues depende como esté tu ánimo. **De todo ese tiraje**, alguno lo pego, otro lo reparto y pues alguno lo regalo o lo intercambio. Aunque no duran mucho, tengo una *propaganda*, lo máximo que ha durado han sido dos años, muchas veces no duran ¿por qué? porque a lo mejor las quitan, y las que han llegado a durar con el tiempo pues se van rompiendo, se hacen feas, la lluvia no ayuda mucho, el sol tampoco, nosotros las pegamos con engrudo y pues igual como el engrudo se hace duro pues obviamente con el sol se va pudriendo el material, entonces no duran mucho.

Los lugares **para pegar mi trabajo** pues no los escojo, siempre ha sido así como si veo un letrero pues ahí, ahí voy dejando mi marca. Obviamente si yo veo que es un letrero muy grande pues puedo pegar una estampa muy grande, si es un letrero que es muy grande pero ya hay otras estampas... yo siempre respeto a los compañeros, aunque no los conozca, siempre respeto y pues si entro en el letrero bien y si no, pues igual no pongo. Nunca me ha gustado pisar a la gente o pasarme de lanza. Con las *propas* pues, como que sí soy como un poco más aferrado porque ahí sí trato de dejar una en un lugar donde toda la gente lo pueda ver, en lugares donde pueda pasar la gente y diga: "ahhh ¿cómo se subió o cómo le hizo, o cómo se metió?", o cómo esto, o cómo lo otro. Porque para mí no es lo mismo hacer una *estampa* que hacer una *propaganda* porque yo me llevo más tiempo en hacer *propagandas* que en una *estampa* por el tamaño, entonces yo creo que en las

propagandas como que sí soy más dedicado en dónde ponerlas. Desgraciadamente sí **han encimado *stickers* en los míos**, y en mi *colectivo* hay muchos que han dicho que si ellos nos la hacen, nosotros hay que hacérselas, pero volvemos a lo mismo: yo respeto el trabajo de todos porque a mí nunca me ha gustado hacer eso. A mí se me hace una pérdida de tiempo que encimen tu trabajo y puede ser por muchas cosas **que lo hagan**, tanto a lo mejor por envidias, pues como nada más por ya a ver qué hacen o qué dicen.

He pegado mi trabajo en varios estados y en varios países. En Estados de la República Mexicana yo creo, como en 10 estados, y países: Estados Unidos, España y Francia. Más que nada todo lo mando por correspondencia, por correo, yo no tengo los recursos como para viajar a otro lado, obviamente si los tuviera lo haría, pero pues así se mueve esto, casi todos se mueven por medio de correo electrónico o correos de México. Envías tu trabajo a otros países y la persona que los reciba allá te mandan su trabajo para México, entonces ellos pegan tu trabajo en su país y tú pegas el de ellos en tu país. Así es como yo he logrado llegar a varios países, por lo tanto, **conozco a varios *artistas urbanos de otros países***. Es muy padre porque te das cuenta que no solamente en México existe esto sino en todo el mundo porque yo conozco a gente de Japón, que está al otro lado del otro mundo. Hay gente que sabe, que tiene los términos y los medios para hacerlo y es padre porque a mí me han mandado estampas de otros países y su trabajo no es sobre vinil, sino es sobre otro material, o sea, te das cuenta que en otros países no es lo mismo que en México porque aquí en México el *Street Art* casi siempre es sobre vinil, pero en otros países pues utilizan otro tipo de cosas, entonces eso es padre porque te das cuenta de que en otros países pues hacen, no cosas mejores, pero cada quien lo hace a los términos que entiende, con lo que tiene, su economía.

He dejado *stickers* por la ciudad y hay lugares en los que pego de manera constante, digamos que pues, por ejemplo, cada quien vive en su delegación ¿no? lo que yo he visto es que obviamente de donde tú seas, pues esa zona la vas a tener súper atascada de estampas, entonces yo vivo en Tasqueña, entonces casi en esa zona es donde podría decir, no paso mayor tiempo, pero es como constante, como siempre paso por ahí, y así si una estampa mía ya no está, vuelvo a poner otra y así, pero he salido a muchas delegaciones.

El *Street Art* es como un museo de la calle, porque yo muchas veces... bueno uno que está en el *Street Art* y en el *graffiti*, cuando tú sales a la calle no puedes dejar de voltear porque ya se vuelve algo parte de ti, aunque tú sepas que no hayas pasado por esa colonia y no hayas pegado pues buscas ¿no? “ahh mira aquí vino tal amigo, mira acá está tal” y sí se vuelve un museo porque luego te encuentras obras que, que pues son extrañas ¿no? Y a final de cuentas pues eso se considera *Street Art*.

LOS RIESGOS DE SER ARTISTA URBANO

Yo creo que el lugar más peligroso donde he pegado mis *propas*, no tiene mucho de hecho fue este sábado, nos subimos a un espectacular. No estaba muy alto pero el grado de dificultad era que como era una casa abandonada pues las bardas se movían mucho, entonces cuando ya estábamos arriba hubo un momento en que nos íbamos a caer. Yo no tengo miedo por lo que hago, pero siempre he tratado de tener cierta precaución, de hecho, acabo de subir el vídeo a mi página, en el vídeo se aprecia al final cuando yo me quiero bajar cómo me agarro de un tubo y el tubo se rompe de lo mismo que ya estaba oxidado y pues mi intuición fue agarrarme de donde fuera, pero si siento que ha sido de

las más difíciles. La **situación** más curiosa o la más chida pa'mí fue una vez sobre la calle de Acoxta, por allí existen muchos lugares abandonados, iba con 4 compañeros del *colectivo* y cada quien pegó en ese lugar como 10 *propas*, entonces sí nos tardamos un buen, de hecho, llegó la patrulla, pero pues como no nos vio haciendo nada, pues no nos dijo nada, pero ese día sí, pues sí fue como uno de los mejores días porque pues sí pegamos mucho, como que con esas dos **experiencias** me quedo.

Sí me han atrapado **los policías**, me han atrapado muchas veces, he llegado a caer al MP. Hay policías que obviamente les das a lo mejor un cambio y te sueltan. Me han atrapado por mi colonia, me han atrapado en otras colonias que ni siquiera yo conozco, y pues siempre ha sido así, si vemos que el problema se puede solucionar pues tratamos de solucionarlo, si realmente pues no, pues ni modo. Tanto el *Street Art* como el *graffiti* pues siempre va a ser así, así pegues o pintes siempre sabes que va a estar la latente que te puedan agarrar. La razón por la que te pueden encerrar en la cárcel por lo que yo tengo entendido es que tú estás dañando a la Ciudad. No es lo mismo pegar un *sticker* que pintar, porque si los policías te agarran pegando un *sticker* a lo mejor la solución es lo quito y sin ningún problema y va a haber policías que a lo mejor van a entender, pero hay policías que hacen que lo quites y aparte les tienes que dar una mochada, pero no es lo mismo un *graffiti* porque si pintas ya no hay vuelta atrás. Mi casa está *grafiteada* y no por mí, pero pues a nadie le va a gustar que llegue una persona a tu casa y pues la pinte ¿no? Entonces yo siento que es lo mismo con la Ciudad. Yo realmente no sé quién ponga el dinero para arreglar ciertos lugares o cosas así, yo siento que esa persona si pone de su dinero o es dinero del gobierno pues obviamente no le va a gustar que llegues y dañes **esos lugares**, yo creo que esa es la razón por la que te pueden detener cierto tiempo. Por pegar un *sticker*

se supone que son 36 horas de arresto, pero no te dejan las 36 horas, a mí lo máximo que me han dejado son 24, porque pues a lo mejor se aburren de ti, porque no son cargos mayores, por cosas así ¿no? Yo he sabido de grafiteros que incluso hasta han estado en la cárcel por dañar lugares ajenos pero muy muy grandes, **importantes y públicos**, el lugar público así bien gacho se podría decir que es el metro.

Debe haber un artículo que lo indique como tal, pero yo siento que a veces los mismos policías como te quieren echar más cargos. Una vez a mí me agarraron y mi aspecto no me ayudó de mucho porque pues estoy todo tatuado, a lo mejor la forma en la que me visto **influye también**. Esa vez me agarraron pegando *stickers* y de repente pues ya me querían echar el cargo que porque traía marihuana, que porque pues era un delincuente y cargos que ni al caso, ese día pues yo les dije: “pues como ustedes vean si quieren métanme, yo no les voy a dar dinero”. Yo siempre lo he dicho: a mí cuando me agarran yo nunca suelto dinero porque no les voy a dar gusto a ellos, o sea, yo prefiero que me metan y aunque me quede ahí encerrado y lleve un proceso, pero nunca me mocharía porque pues a final de cuentas por eso ellos son así porque nosotros mismos los volvemos así por quererles dar **dinero** y no exactamente estoy hablando del *graffiti* sino hay mucha gente que se dedica a otras **cosas**, cosas ilegales y para poderlas hacer, tú recurres a ellos y les pides el favor.

Pues yo siento que es mucha la diferencia **entre delincuencia y nosotros, *Los artistas urbanos***. Cada quien está en su ámbito, o sea, si un cuate se dedica al tatuaje pues obviamente va a estar tatuado. A mí me gusta mucho el tatuaje y no me dedico a tatuar, pero solamente va a haber una vida y yo la vivo como yo quiera. México es un país en el que todavía se discrimina mucho a la gente, por traer tatuajes, por vestirte guango, por ser gay, por ser lesbiana, pero a mí no me importan las críticas malas, yo siempre me voy con lo bueno. Yo tengo un hijo de 3 años y mi hijo tiene discapacidad y obviamente cuando yo salgo con él a la calle pues para toda la gente, el mundo como que se paraliza, **se quedan**, así como “¿oye qué onda? ¿No?, ¡qué ejemplo le estás dando al niño!” Pero volvemos a lo mismo, si tú realmente te sientas a platicar conmigo vas a saber realmente quién soy.

Yo pienso que invadir está mal hacerlo porque no es legal, como dije anteriormente, pues a nadie le va a gustar que llegues y dañes su propiedad o dañes la Ciudad porque aquí en México pues hay muchas zonas céntricas donde viene gente de otros países y pues a la gente no le va a gustar que se lleve malas impresiones de tu país, pero yo trato de que la gente voltee y diga “mira aquí hay una estampa de *Geder*” en Bellas Artes y de repente vayan al mercado de Sonora a comprar equis cosa y digan “mira la estampa que vimos en Bellas Artes ahora está acá” y de Sonora se pasan a la Merced y así, o sea yo trato eso, obviamente no toda la gente del mundo me va a conocer, pero sí los pocos que me conocen y los que estamos en este ámbito. No te ganas el respeto de la gente, de los que hacen esto, pero sí te ganas el que todos hablen de ti, que estés en la boca de todos para bien o para mal.

A los que nos discriminan, pues yo digo que cada quien tiene sus propias ideas, sus conclusiones, yo no le puedo decir nada porque a mí hay gente que hace cosas, para ellos buenas, pero para mí son malas ¿no? Volvemos a lo mismo, es más malo criticar a la gente y no darte cuenta de cómo está tu vida hacia atrás y te lo digo, te lo puedo decir porque te repito: yo tengo un hijo con discapacidad y muchos podrán decir “es que ¿qué ejemplo le vas a dar a tu hijo?” ¿no? Todo tatuado o con lo que haces porque incluso mi mismo papá me lo ha dicho ¿no? O sea: “hijo, ya estás grande, ya no te hagas nada, qué ejemplo les vas a dar a tu hijo, eso que estás haciendo no te va a llevar a nada bueno, puedes tener problemas con la policía” pero yo lo respeto mucho a mi padre, yo una vez se lo dije: “papá tú viviste tu vida como tú quisiste, a lo mejor en tus tiempos no era muy visible esto, ahorita son otros tiempos” pero yo no le podría decir nada a la gente mientras conmigo no se metan, pues yo no tengo porque meterme con los demás.

EL COLECTIVO

En el *colectivo*, ¡híjole! creo que somos como entre 11 y 12. No sé exactamente. Soy yo, soy *Geder*, yo fui el que creó el *colectivo*, el *Stock* que inició conmigo, *Semer*, *Dectro*, *Asco* de Toluca, *Beer* de Toluca, *Blesy* que es una mujer. Acaba de entrar un pequeño que tiene 13 años. Le vimos todas las intenciones que él trae sobre la calle, él no tiene como que un nombre pero creo que se llama Baltazar, no sé, no estoy muy seguro, pero creo se llama Baltazar, **está también** el *Spanky* de Puebla, *Flosky* y si no se me escapa por ahí alguno, creo que ya somos todos.

De Blesy te puedo decir que es padre que las chavas estén entrando al *Street Art* porque no es lo mismo que lo haga un hombre a una mujer, pues por lógica una mujer tiene más riesgo, me refiero a si te llegan a corretear no vas a correr al mismo nivel que un hombre, si te ven pintando a lo mejor va a haber gandallas que quieran abusar de ti, no sexualmente, pero si quererte jalar o quererte agarrar o cosas así. Sí se me hace muy padre porque es algo que no se puede ver siempre.

El objetivo del *colectivo* es lo mismo que en el mío: darnos a conocer, y no darnos a conocer estoy dando el término de volvernos famosos sino en el ámbito tanto del *graffiti* como del *Street Art*, pues hay mucha gente que sin un *colectivo* es alguien y todos hablan de ellos ¿no? “ahhh mira es que tal persona, ahhh es que mira tal persona” y nosotros queremos eso ¿no? que haiga gente de otros estados, porque incluso a mí me han mandado mensajes gente de otros estados de “Geder a mí me gusta tu, tu idea, tu concepto, tu *colectivo*, este... van muy bien por sus vídeos”, y eso es lo que nosotros realmente nosotros queremos llegar a otros lugares donde ni siquiera nos conozcan.

Mi *colectivo* no es un *crew*, no tengo el término tanto de *crew* como el de *colectivo*, pero a lo que yo he visto, con lo que yo he aprendido y lo que yo sé no es lo mismo porque un *crew* pues es de grafiteros y un *colectivo* pues yo lo tomo como más compañerismo, más vivencias y no forzosamente salir y pintar y pegar, sino que ya lo veo como algo más de compañerismo. **La idea del *colectivo* se me ocurrió porque** yo recuerdo que cuando empecé en el *Street Art* había muchos *colectivos*, muchos *colectivos* buenos, pero después con el tiempo como que pues mucha gente por su trabajo o porque llega a tener hijos desaparecieron de este ámbito y puedo decir abiertamente que yo ahorita en este momento fue el que volvió a retomar esa idea de hacer

colectivos, pues yo inicié mi *colectivo* y ahorita atrás de mí pues vienen ciertos *colectivos* que igual le están dando. La idea ya estaba de antes, pero yo la retomé en este momento.

Desde que iniciamos el *colectivo* empezamos a grabar, de hecho, recuerdo que mi primer vídeo fue sin edición, lo grabamos con un celular, realmente no teníamos algo muy cuadrado, planeado, de hecho, ese día ni siquiera nos pusimos de acuerdo porque nosotros somos de los que antes de grabar primero vemos cómo está el *spot*, si se puede, si no se puede, lo que hay a nuestro alrededor, lo que puede pasar, si hay una cámara. El lugar es muy fundamental porque tú no sabes si haya gente mala o cosas así. De mi primer vídeo a ahorita ha sido un gran avance, pero ahorita traemos una idea de seguir metiendo más aporte para que los vídeos sean de mejor calidad. De antes a ahora sí hay mucha diferencia.

Hace poco publiqué en mi facebook un *screenshot* de un cuate que me decía cómo podía hacer para entrar a mi *colectivo*, yo burlonamente le contesté algo irónico, yo le puse que son 50 retos, al 50 te tienes que matar y solamente así entras, muchos se empezaron a burlar de mí, o decían que eso ya era como la ballena azul y no sé qué. Obviamente no va a ser así y muchos, lo tomaron mal, me llegaron a decir “es que eres bien mamón, es que eres muy alzado, es que esto, es que lo otro” y no es así porque ahorita si tú llegas a un *colectivo* lo primero que te van a pedir es calidad porque en el *Street Art* si imprimes feo o haces serigrafía fea, no vales, para la gente no lo vales y no es así. Para mí, para que puedan entrar, yo lo único que les pido es respeto, respeto entre nosotros, respeto a la demás banda y que entren con todas las ganas, que no nada más sea temporal, sino que ya sea parte de su vida. Yo entiendo que hay gente que estudia, que trabaja, que tiene cosas que hacer, como yo que tengo un hijo, también hay

compañeros del *colectivo* que tienen hijos, unos estudian, otros trabajan y no tienen el tiempo. Pero hay veces que yo no tengo tiempo y son las 3 de la mañana y yo estoy en la calle haciendo lo que me gusta, o sea, para todo hay tiempo, así como tienes tiempo para andar con la novia, como para andar con la familia, yo me doy el tiempo de hacer lo que me gusta, entonces más que nada es eso, el respeto y que entres con todas las ganas del mundo.

Por ejemplo, al chavo de 13 años le vi todas las ganas de entrar, su hermano antes pegaba *Street Art*, después lo dejó. Pasaron como 6 años y me lo volví a encontrar y me dijo “¿Qué crees, que mi hermano está pegando *stickers*? - ¿Cómo crees?” Lo invité este sábado a la exposición que hubo y el chavo trae otro concepto porque cuando yo empecé pues no se veía mucho lo de la propaganda y el sábado que él llegó, pues llegó con todas las actitudes y llevaba muchas propagandas a color. Es un niño que a lo mejor a su edad **debería estar haciendo otras cosas**, yo a mí edad de 13 años no estaba tan adentrado como él lo está ahorita. A lo mejor porque ya es más abierto este concepto, ya hay medios más fáciles para conseguir las cosas. **Además**, él se acercó y me dijo: “oye hermano: quiero echarle ganas, a mí me gusta esto, mi hermano me está dando un empujón, quiero entrar a tu *colectivo*, si se puede bien, si no yo le voy a echar ganas para que tú veas mi empeño cuando tú estés listo... y si tú me logras dar una oportunidad no te voy a defraudar”. A mí lo que me gusta es la sinceridad porque hay gente que a mí me ha tocado que me diga “oye es que mi amigo quiere entrar a tu *colectivo*” **y yo digo**: no, no, a ver, pero el que quiere entrar es tu amigo no tú. **Creo** que él tuvo los pantalones para llegar, afrontarme y decirme “¿sabes qué? yo quiero esto”, por eso yo le dije: “está bien, te voy a dar la oportunidad, solamente quiero que así como me estás diciendo, quiero que le eches ganas y que no lo tomes pasajero”. Porque en este *colectivo* cuando

iniciamos, hubo un tiempo en que éramos como 20 personas, pero de esas 20 personas **solamente quedamos como 12** y éramos los que hacíamos el trabajo, las otras 8 o 7 **personas que quedaban** pues vivían de nosotros, **publicaban en** las redes sociales, publicaban “¡ahh somos *Pajas!*” Si a ellos les gusta hacer eso pues yo se los respeto, pero a mí no me gusta que nosotros hagamos el trabajo sucio para que tú na’más en tu computadora, pues presumas. Pues eso se necesita más que nada para entrar al *colectivo*: muchas ganas.

Cómo se me ocurrió el nombre de *Pajas* es algo muy chistoso, muchos me preguntan, incluso hasta los de mi mismo *colectivo*. Cuando lo iniciamos pasó como medio año y muchos no sabían el término *Pajas*. Yo antes me juntaba con un grupo de amigos y en ese grupo tenía un amigo que pegaba estampas, a él le dicen *El Mosco* y eran muy llevados entre ellos, llevados con groserías, con cosas así, yo recuerdo que este chavito tenía en ese tiempo como 17 años... se podría decir que el término nació por él, no tiene ningún significado y a lo mejor ahorita que cuente la historia hasta vas a decir así como “¿qué onda?”. Cuando yo me juntaba con ellos a él le hacían burla porque se supone que ellos se creen muy hombres pues por meterse con una chica, por meterse con otra. Y este chavo pues estudia, él le ayuda a su mamá a vender y a lo mejor él no es tan así como de hablar de las mujeres. Entonces a él le decían el pajero porque según decían que él nunca había tenido relaciones sexuales, y pues de ahí surgió el término *Pajas* porque una vez así jugando yo le empecé a decir así “pajero, pajero, pajero, pajero” y cuando yo decidí hacer mi *colectivo* a mi cabeza se me vino pajero, dije: “*Pajas, Pajas colectivo*”. No tiene ningún significado, pero hay gente que piensa que nos pusimos *Pajas* porque piensan que nosotros somos pajeros, pero no, el término fue más que nada por él.

El término *Pajas* no significa homosexual, yo diría que no. Tengo un amigo que ya no estaba en el *colectivo*, él decía que el término *Pajas* él lo usaba como en apoyo a la comunidad gay, a lo mejor él sabía sus cosas, él era muy abierto en ese tipo de cosas, respetaba mucho y yo también, pero yo me voy a quedar con que el término fue por mi amigo, no fue por otra idea sino fue por él.

El *colectivo* sí está abierto a todo tipo de personas. Hay mucha gente que me ha pedido entrar al...y yo no soy mamón, ni me cotizo y a lo mejor las personas que me conocen saben cómo soy, pero yo no te puedo dar un *colectivo* si yo no veo tus ganas porque yo conozco gente que lleva 10 años y no pasa de lo mismo, no pasa a lo mejor de pegar en su colonia y yo respeto tanto como a los que van empezando como a los que ya llevan mucho tiempo. Sí está abierto el *colectivo*, yo no digo que no porque nos gusta que sepan de nuestro trabajo, pero en pocos términos para que tú puedas adentrarte a nosotros sí necesitas ponerle mucho empeño.

EL ANONIMATO

Yo no soy anónimo porque mucha gente me conoce, y tengo un Facebook pues donde yo subo fotografías mías y me dejo ver la cara y todo ¿no?, de mi *colectivo* hay gente que sí es anónima, eh... la idea de los vídeos la inicié yo, hubo un momento que el *Street Art* como que... no se cayó, sino había pocos que lo hacían y yo quise como que renovar algo, como que hacer un concepto nuevo, entonces mi idea fue como que pues empezar grabarme ¿no?, hacer lo que me gusta ¿no? Editar vídeos y que la gente lo vea, y no forzosamente *stickeros* o *grafiteros* ¿no? porque hay mucha gente que pues, a base de esos vídeos pues puede conocer ¿no? o se puede acercar a ti, pero pues yo no lo considero

como anónimo porque pues a final de cuentas incluso hay vídeos donde muestro la cara, entonces pues para mí no es anónimo.

Pero sí, yo respeto **que quieran se anónimos**, a lo mejor si nosotros dañamos algún lugar muy fuerte... tengo amigos que estudian y viven a base de sus papás, de su economía de sus papás y por lógica pues ellos lo ven por, pues por no meterse en un problema con sus papás, por no meterse en un problema con la justicia y yo se lo respeto, cada quien sabe lo que hace, pero al menos yo, yo hablo por mí, pues no tengo miedo a nada, o sea, a final de cuentas yo sé a lo que me dedico y a lo que... lo que puede pasar.

LA MOTIVACIÓN PARA SEGUIR EN EL STREET ART

Aunque para mi familia sí fue difícil aceptar que yo hacía *Street Art*, para mi mamá porque mi papá se fue cuando tenía 10 años, entonces a esa edad pues yo no hacía nada, digamos de mi vida. Mi papá era muy estricto, o sea mi papá era estudiar, casa, tarea, dormir, vacaciones, era irme a trabajar con él, o sea, no puedo decir que tuve una infancia fea porque obtuve lo que quise, pero sí una infancia muy dura porque no viví como un niño, entonces cuando yo empecé a hacer *Street Art* para mi mamá fue como, no muy difícil porque mi mamá siempre ha sido de las de “si a ti te gusta adelante, pero enfócate en eso, o sea, no lo hagas un día y ya al otro día te arrepientas” o así, igual mi esposa. Mi esposa me ha dicho “sabes qué, si lo vas a hacer es porque lo vas a hacer”, hay lugares donde yo puedo ver y digo, “ahí quiero pegar una propaganda” y si en ese momento yo no lo puedo hacer, regreso al otro día, y si al otro día no puedo, pasa un mes y a fuerzas me aferro a que tiene que quedar ahí y eso es lo que a lo mejor mi esposa es lo que hace, que ella me dice “si eso te gusta y ahí lo quieres

poner, ahí hazlo”, entonces yo creo que el golpe más fuerte fue, pero para mi papá porque como él tenía muchas reglas de antes, cuando él supo a lo que yo me dedicaba, para él fue como enojo en ese momento.

El *Street Art* es algo que nunca lo voy a dejar de hacer, eso siempre lo llevo en mi cabeza, yo creo que de todo el tiempo que llevo haciendo *Street Art*, *graffiti* **he aprendido muchas cosas. Las razones por las que** nunca lo voy a dejar de hacer es una: porque es algo que a mí me gusta. Dos: tengo muchas personas que me respaldan y no forzosamente amigos, me refiero a lo mejor a mi esposa, ella es una de las personas que siempre ha estado conmigo desde que inicié hasta ahorita pues obviamente ella es la que me dice ponte a hacer esto, haz el otro, vamos acá, vamos allá, disfruta, vive, goza, ella es la que me graba, detrás de ella pues viene m’ijo. A lo mejor m’ijo está pequeño y no tiene noción de lo que yo hago, pero pues él a veces me acompaña entonces pues yo también le agradezco a él porque es un bebé que a lo mejor no tendría por qué estar pasando por esas cosas como aguantar calor, aguantar caminatas, aguantar lluvia, y muchas cosas. Detrás de m’ijo pues viene mi mamá, viene mi hermano, viene mi familia, **aunque** al principio para ellos era algo así como “no me gusta que hagas eso”, **sin embargo**, en este tiempo pues me han invitado a varias exposiciones, he expuesto varias cosas y ellos ya lo ven más como “pues si te gusta échale ganas ya viste que de ahí pues varia gente te conoce”. Hay mucha gente en este ámbito que vende su material, mucha gente y yo se lo respeto porque a lo mejor para ellos es poder ganar dinero a base de lo que tú haces, pero yo no, yo en los diez años que llevo nunca en mi vida he vendido y no pienso vender porque para mí esta cultura es como *underground* entonces siento que todo se ve en la calle. Entonces si a la gente le gusta mi trabajo pues obviamente yo les voy a regalar mi trabajo. Va a haber gente que a lo mejor me odia porque no le gusta **mi trabajo**, porque a lo mejor creen

que soy muy cotizado, muy alzado, pero siempre va a haber más gente buena que mala, y es siempre con los que voy a estar, entonces a pesar de los peligros nunca lo voy a dejar de hacer.

Pues yo siento que para algunas personas sí **impacta mi trabajo** y para otras no, porque, por ejemplo, una vez a mí me agarraron y un policía me dijo: “eso para qué lo haces”, obviamente yo para no decirle o no contarle todo mi rollo yo le dije: “yo trabajo de esto”, él me dijo: “¿traes permiso?”, y le dije no, “es mi primer día de trabajo, a mí nada más me dijeron pega estas y ya” y fue una idea como para zafarme ¿no? y él se acercó y me dijo: “¿el bebé de Gerber y qué significa?” y yo le dije “pues no tengo idea ¿no? Porque pues a mí me lo dieron pa’ pegar” y me dijo ¿o sea si eso yo lo veo eso en la calle es para que compre más Gerber o para que coma Gerber? Y hay gente que, pues mucha gente que me ha dicho “wow” o sea, cómo a lo mejor una simple imagen de Internet tú la puedes volver en muchas cosas ¿no? porque yo tengo diseños desde básicos hasta diseños ya modificados del mismo bebé: con gorro navideño, con un penacho de danzante, uno de zombie, uno con el pelo de Dragon Ball, muchas, muchas, muchas cosas, entonces yo siento que para algunas personas sí impacta, pero para otras no.

Además, lo que me ha dejado el graffiti y el Street Art es, pues mucha felicidad, es lo primero, muchos podrán decir es que estás haciendo mal ¿no? Pero a mí es algo que me hace feliz, te repito, como te decía al principio: **me ha dejado** muchos amigos tanto buenos como malos, pero somos muy pocos los que realmente somos realmente compañeros y eso es realmente lo que vale.

Es una forma de darme a conocer, muchos recurren a lo mejor haciendo vídeos en Youtube, otros ya son gente de más trayectoria y su trabajo lo legalizan, otros recurren a la música, yo me fui a esto: al *Street Art*. A mí me gusta que la gente sepa de mí porque hay mucha gente que a simple vista me puede ver y puede decir que soy un drogadicto, que soy un ratero, que no trabajo, pero pues si tú realmente te sientas cinco minutos y te pones a platicar conmigo pues es donde tú te das cuentas que todo lo que tenías en mente de mí pues no es cierto, entonces sí, yo sí lo hago para que la gente sepa lo que es mi trabajo.

BOCETEAR PARA LA CALLE

ALTER EGO: ZUGOR

Tengo 17 años, **mi trabajo** ya pasado a la calle empezó a hacer como 1 año, pero ya *boceteaba* o tenía todas esas ideas desde que salí de la primaria. **Mis bocetos eran de todo**, eran *grafittis*, eran *stickers*, eran *propas*, eran como dibujitos, incluso a veces algunos tipos de sátiras de algún monumento o alguna figura pública y cosas por el estilo. **Empecé primero** con los *stickers* y ya después con el *graffiti* y también las *propas*, que son como un punto medio.

En la calle yo me hago llamar *Zugor*: **todo empieza** en la secundaria por influencia de mis amigos, porque pues eso tuvo que ver, porque también empezaron a hacer sus bocetos y empezaron a salir a pintar, entonces es algo que a mí me llamaba la atención y me gusta, así fue como le empecé a dar yo también. A mí me llamaba la atención que mi apodo tuviese una Z y una R entonces sí me tardé mucho tiempo en sacar ese nombre y después pues salió el de *Zugor* y después se apegó, fue como una coincidencia porque *Zugor* también es un personaje de *Tarzán 2*, este personaje se hace pasar por alguien muy fuerte, como alguien malo por así decirlo, con autoridad, entonces más o menos eso es lo que quiero dar a expresar: que yo allí en las calles pues tenga un tipo de respeto pero sin dejar atrás que soy un chico normal como cualquiera. Aunque estas dos formas de vida ya las he juntado demasiado y bueno, no quería juntarlas tanto, pero creo que es imposible porque pues, al fin de cuentas soy yo y los que me conocen pues saben que hago los *stickers*, que hago *graffitis* y todo ese tipo de cosas.

LOS CREWS Y UN POCO DE HISTORIA GRAFITERA

Actualmente estoy con la *RTC* y con la *GA*, pues ya llevan tiempo esos dos *crew*. *RTC* no, ese es como más reciente, es el que yo y otros amigos hemos fundado. Con el otro pues si tienes que empezar a representar otra cosa para poder formar parte del *crew*. Y en los *stickers*, pues no tenemos un *colectivo*, pero lo estamos tratando de hacer junto con todos mis compañeros y con todos mis amigos. La única diferencia entre un *crew* y un *colectivo* es que el *crew* es del *graffiti* y el *colectivo* es de los *stickers*, más apegado al *Street art*, porque sí hay una diferencia entre el *Street art* y el *graffiti*, si es algo muy separado porque el *graffiti* es completamente ilegal.

Así nació, como algo ilegal. Forma parte de la cultura *hip hop* que me gusta mucho. Nace por ahí de 1973 en el Bronx en Nueva York y nace porque se hacían fiestas en las que estaba el *DJ* que con los *discos de vinil* hacia fusiones de canciones y ritmos y el *MC: Maestro de ceremonias*, le ponía ambiente a las fiestas mientras rimaba o improvisaba al ritmo de la música, en esas fiestas estaba el *b-boy*, el que bailaba al ritmo del *DJ*. El *hip hop* tiene un cuarto elemento que es el *graffiti*. Aunque los datos marcan que ahí no fue donde nació el *graffiti*, más bien fue por un señor que comenzó a poner su nombre por toda la ciudad el cual era *Taki 183*, después se adoptó a la cultura del *hip hop* como un elemento más porque los neoyorquinos negros salían a pintar los trenes en forma de protesta y también porque les gustaba pintar. Toda esa tendencia se fue recorriendo a todo el mundo, en varios documentales que he visto o leído dicen que el *hip hop* se apoderó del mundo, en México llega a Neza, que es como la cuna de donde nace el *graffiti* aquí en la ciudad. De ahí se fue expandiendo y cada quien tiene sus propios estilos, pero no se pierde la esencia del *graffiti*. Yo considero que no le pertenece al 100% el *graffiti* a la cultura del *hip hop* porque hay muchos chavos o personas que conozco

que no practican o no les late esa cultura, por ejemplo, yo conozco de otras *tribus urbanas* como *chakas* o *cholos* que *grafitean*, incluso a diseñadores gráficos y así es algo cuando va creciendo. También conozco a personas que la mayoría de sus conocidos o familiares *grafitean* o incluso que se pasan su nombre o su *placa* de generación en generación. Algunos estilos del *graffiti* pues son: *bombas*, *el wild style*, *el 3d*, las letras chonchotas cuadradas que se les llama *block letters*, los *tags* y pues ya es consideración de cada uno cómo forme su estilo: con *outline*, con la combinación de colores, degradados, con brillos con sombras, si hacen solo la *pieza* que sería la *placa* o el nombre, o si quieren poner caracteres.

Más que nada de nada dentro del mundo de los que practican el *graffiti* es donde más importa ser reconocido porque así los otros exponentes son los que te respetan, la comunidad entra en una especie de competición por quién pinta más, quién llena más spots, quién se avienta más, entonces uno se hace famoso o reconocido por el trabajo que hace, por cómo se atasca la ciudad de tu nombre, qué tan antaño eres, por la calidad de la pieza, incluso por el innovar con mejores técnicas: trabajos mejores elaborados con caracteres *sin perder la ilegalidad*, es chistoso porque eres reconocido pero nunca pierdes el anonimato, hay muchos casos particulares del porqué es importante ser reconocido. Personalmente es por si alguna vez puedo llegar a ser patrocinado, sacar mi propia marca, poder vivir de esto que me llena de satisfacción.

POR QUÉ HACER STREET ART

Porque el *arte urbano* significa lo que soy y lo que quiero dar a expresar y de alguna otra forma ganar un tipo de respeto y más que nada también me motiva el ambiente en el que se hace porque pues sales con amigos, se planea todo, el tipo de gente que conoces dentro un *crew*, el tipo de hermandad y también querer dominar otras zonas, porque sí, en el *graffiti* si pisas a alguien o te metes en el territorio de alguien pues si puede empezar un tipo de guerra y demás problemas. **Aparte de ser reconocido** pues a mí también me gusta estar satisfecho conmigo mismo sobre lo que he hecho, de lo que salgo a pintar, de lo que salgo a pegar, de todo el proceso.

Más que nada mi intención con el *Street art* era querer jugar con el medio, que tenga una interacción entre lo que voy a plasmar y el lugar donde yo lo voy a poner, ese era mi objetivo principal. **Yo creo que** empecé a meterme a esto del *Street art* porque yo quería expresarme, entonces esa era la manera en que a mí me gustaba hacerlo, pues es una manera muy práctica, muy fácil, aunque sí te puede meter en problemas, pero creo que también eso forma parte del *Street art*. Yo, hasta el momento no he tenido problemas muy graves, sólo que alguna persona pase y me diga un comentario como de “*ráyate Las nalgas*” o algo así y, por ejemplo, con los oficiales pues sí hay que tener cuidado, entonces pues por el mismo hecho de que quiero tener cuidado pues evito que me detengan. **Aunque** una vez me atraparon los policías, pero pues nada más me advirtieron que estaba invadiendo propiedad federal y propiedad privada, entonces creo que hay un poquito más de problema con el *graffiti*. **El principal problema** pues es invadir la propiedad, porque no tienes permiso y yo me he dado cuenta de que por eso las personas que no están en este mundo solamente lo ven como rayones o nos ven como vándalos que van a pintarrapear o ensuciar casas.

Claramente mis papás no están de acuerdo con esto, con lo que hago. No les late que yo me salga en las noches para pintar. Mi mamá dice que solo son rayones y que no todo lo que hago se ve mal pero que es *ilegal* y que me puedo meter en problemas, que a ella no le agrada que infrinja propiedad pública o privada, que me puedo meter en algún problema. Mi papá lo ve mucho sobre el tema de *anarquismo* y que pueda hacer un problema donde él también salga perjudicado porque es un servidor público, pero no es ese mi objetivo.

Por la influencia que he hecho pues mi mamá ya llega a reconocer este tipo de cosas y a más exponentes. **En un principio** cuando sólo ponía *stickers* por la calle en los *señalamientos* o en los *postes* pues no me decían nada, pero cuando comencé a pegar *propas* o *salir a pintar* han comenzado los problemas, incluso hasta el día de hoy ya es algo que me prohíben hacer, pero no ha sido un obstáculo para que yo lo siga haciendo, me dice que no está mal pero que es *ilegal* y que tengo que comenzar a respetar las normas que rigen mi sociedad.

UN MUNDO AUTODIDACTA

Creo que ese tema de **conocer** es porque uno tiene que empezar a buscarlo, porque a pesar de que muchas personas lo hacen, no te enseñan, no sé... no te dan a conocer cómo se hace, entonces es *autodidáctico* porque tú empiezas a experimentar y a partir de ello pues saber lo que tú quieres hacer, conocer y buscar.

Yo trabajé un tiempo en metro Chabacano en una pequeña empresa donde se hacía *serigrafía* y todo ese tipo de publicidad entonces yo creo que eso también me ayudó bastante a saber cómo hacerlos. **Sí hay vídeos en Internet**, pero para mí no era suficiente y tuve como que empezar a buscar e investigar cómo, con qué materiales podría trabajar. Por ejemplo, para los *stickers* pues se hace todo un juego en serie, se hacen antes, se imprime el vinil con la *pintura vinílica*, el *marco* y el *racero*, entonces ya tú los tienes preparados y puedes ir caminando por cualquier lugar, y ya nada más le quitas el papel y los pegas. Para la *propa*, pues últimamente ya se han impreso en papeles más grandes, se hacen con *pinturas acrílicas* o con *aerosol* y tienes que traer con qué pegarlo, regularmente se hace con el *engrudo*, entonces tienes que preparar tu *engrudo* y tu *propa*. Para pegar una *propa* se tiene que pegar *engrudo* por los dos lados para que quede bien y no se desprege. Y para el *graffiti* el material que ocupo son los *aerosoles*, yo planeo días antes: veo cuál va a ser el lugar o el *spot*, veo cómo está el ambiente de gente. Por lo regular te puedes tardar hasta 5 minutos en hacer algo bien, pero pues yo si he llegado a tardarme media hora en toda la elaboración.

Creo que el tiempo en el que permanece lo que yo haga o lo que yo pegue depende del lugar, del *spot*, porque puede haber veces en que, por ejemplo, si haces un *graffiti* en un espectacular y si el espectacular ya está fuera de servicio puede durar años. Si tú lo haces en una casa puede ser que al otro día en la mañana salga el señor de la casa y lo pinte, entonces sí tiene que ver más que nada como con el lugar donde lo pones.

El *graffiti* pues lo he hecho de noche y como al atardecer, cuidando que no haya personas. No creo que para *grafitear* haya como un horario y tampoco para los *stickers*, pues yo los traigo y en cualquier momento del día si veo un *spot* o algún lugar donde yo quisiese pegar el *sticker*, lo pego. Los *señalamientos*, que es donde generalmente se pegan los *stickers* se eligen porque es en ese *spot* donde se adapta el *sticker*, porque es *vinil*, entonces el *vinil* pues no se puede pegar en alguna pared que sea de concreto o algo así, entonces el metal se vuelve más accesible y además suelen quedarse más tiempo. Las *propas* las he colocado en puentes, en paredes, como se utiliza papel y engrudo entonces sí es un poco más fácil de pegarlas, pero más que nada como son más grandes tienes que buscar un *spot* más grande, incluso dependiendo de lo que quiera hacer es el lugar donde la voy a poner.

LOS DISEÑOS Y ESTILOS DE STREET ART

Muchos de mis diseños en las *propas* y los *stickers* tienen un significado a través de la imagen y de lo que hago, porque es lo que quiero transmitir. Dentro del *graffiti* no, es más como que tu nombre, cuántas veces está puesto en la ciudad, en qué partes, porque en el *graffiti* sí importa mucho el *spot*, entre más riesgoso, entre más te cueste pues se va ganando un poco más de respeto, entre más hagas, el chiste es tapizar la ciudad de ti, de tu nombre.

Y aunque me encantan todos los estilos y todos tiene lo suyo no me dejan de gustar las *bombas* o *letras de burbuja*, me gusta su sencillez, pero lo que yo hago es una combinación de *tag* con *bomba* y *outline*, pero no puedo dejar de lado los *graffitis* legales que se hacen con más dedicación como un *3d* o *wild style* bien elaborado con un carácter.

En mi caso, pues a mí me gusta invadir porque por ejemplo en las *propas* y en los *stickers* se puede apegar un poco más al *Street art* porque pues se hace un diseño con técnicas dentro del arte para después *invadir* la zona pública. Con el *graffiti*, pues depende mucho de la persona porque cada persona saca sus letras, sus diseños y todo eso, pero al fin de cuentas el chiste del *graffiti* es que sea completamente ilegal.

Pero hay muchos estilos y artistas tanto internacionales como nacionales a quienes admiro y son considerados artistas urbanos, los que tienen una preparación profesional o aquel que a través de los años ha sido un *graffitero*. De cajón esta *Banksy*, el que internacionalmente hizo mucha polémica, incluso por él comencé yo con la técnica del *stencil*. **Los artistas urbanos actuales en México que admiro** son *Saner* y *Neuzz* porque combinaron esta cultura prehispánica que tenemos con sus trabajos y hay otro reconocido por sus gamas de colores: *Smith One*. Un artista urbano no sólo interviene con una *propa*, un *sticker* o con un *graffiti* si no que juega con la calle y uno que me llama la atención se llama *Slinkachu* que hace muñequitos pequeños. De los *grafiteros* que admiro son *Defeck*, *Siler*, *Fikor*, *Swer*, *Nuter*, *Sdye*, *Neko*, *Motic*, *Murterio*, *Cerno*, *Tache*.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Como se pudo leer en el punto anterior, mediante los relatos se manifiesta la narrativa de los creadores de *graffiti* y *Street Art*, así como los elementos lúdicos presentes en su cotidianidad. Tal como se ha rescatado a lo largo de la investigación, la mejor forma de contemplar y comprender tanto la cultura cotidiana como sus personajes debe hacerse también desde un trabajo lúdico, es decir, desde un acercamiento que implique no sólo asignar categorías, pues el propósito es vislumbrar la propia visión de los hacedores de *graffiti* y *Street Art*, destacando la visión desde adentro, es decir, desde las mismas formas lúdicas de la cultura. A través de estas narraciones se ven reunidos los elementos que conforman lo lúdico dentro de la cultura.

6.1 Hallazgos sobre lo lúdico y la cultura

Las narraciones permiten comunicar las experiencias que sobre el *graffiti* y *Street Art* han tenido los dos artistas callejeros entrevistados y que inadvertidamente conllevan elementos de la cultura lúdica, aunque estas historias provengan de una sola persona, ambos cargan con la historia propia de sus prácticas. Las narraciones son memoria comunicada que nos acercan a las prácticas callejeras encontradas en los vagabundeos, tanto desde dentro como desde afuera, es decir, una forma lúdica de la cultura que implica ambas visiones.

Desde afuera, la construcción de las narrativas se genera a partir de la utilidad que se puede encontrar en estas prácticas callejeras, ya sea para criminalizar, comercializar o gestionar. En cambio, desde la visión adentro, las narraciones permiten comprender cómo es que estas prácticas callejeras se construyen cotidianamente

con elementos lúdicos y también cotidianos, y cómo desde sus objetos simbólicos significan una cultura lúdica. Empero, ambas visiones conforman y a la vez delimitan a estas prácticas urbanas callejeras porque trastocan su historia y su forma de ser contada, esa historia que puede transmitirse como información o como comunicación.

En cada uno de los relatos obtenidos a través de las entrevistas hechas a Geder y Zugor se hacen presentes los elementos lúdicos que crean la atmósfera cotidiana del *graffiti* y *Street Art*. En las narraciones o relatos presentados no se puede asignar por separado cada uno de estos elementos -ciudad, calles, narraciones, historia- en un afán por decidir cuál sucede primero o después, pues es evidente que son procesos cotidianos que se conforman en conjunto.

¿Qué es entonces el carácter lúdico de esta forma de la cultura? Con Huizinga ya se advertían algunas de las características de lo lúdico: es libre, aparenta ser o hacer, está delimitado en tiempo y espacio, se repite, es azaroso y ordenado a la vez, tiene reglas. Todas estas características conforman la cultura lúdica, misma que también puede ser descrita como inservible a los objetivos de los grupos sociales dominantes, tal como pudo apreciarse en la descripción de las visiones desde afuera y desde adentro. Lo cual nos lleva a afirmar que, en efecto, la visión desde afuera no conforma a la cultura lúdica sino a la información que sólo promueve de manera fija estas prácticas urbanas.

Contraponiendo las características de lo lúdico y la visión desde afuera, si las actividades dejan de ser libres, dejan de ser lúdicas, principalmente porque se realizan con un fin en particular que es denotado por otro. Como se recordará, los concursos de *graffiti* o *Street Art* tienen objetivos establecidos más allá de sólo generar una pinta en la pared, estas prácticas adquieren el nivel de actividad recreativa para ayudar a los jóvenes en situación de peligro, también se utiliza como una oportunidad para que los jóvenes puedan crear conciencia de su entorno y como canalizadores de una necesidad de expresión, lo cual interrumpe el juego que conlleva desde su historia el *graffiti* y *Street Art*. Por otro lado, la historia que nos cuenta, así como espacios donde se dejan ver, resultan elementos gestionados desde la información otorgada por las instituciones. Cuando se legalizan, también adquieren otro valor, suele ser más fácilmente aceptado como arte, de hecho, el término *arte urbano* denota la legalidad de estas prácticas urbanas.

En cambio, la visión desde adentro conlleva toda la historia y las propias voces de quienes se identifican en las categorías sociales de grafitero y artista callejero, también rescata las posibilidades de los espacios de manifestación, que intentan ser espacios para reflexionar acerca del *graffiti* y *Street Art* dentro de la propia cultura. Desde adentro también realizan concursos o encuentros, que justamente desde ese lenguaje indica que sus creadores legales o ilegales son aceptados mientras realicen estas prácticas, los encuentros son un momento de convivencia para reconocerse entre ellos.

Así también se puede retomar la importancia de la narrativa desde los propios actores sociales, ya que la forma en cómo pueden expresar su mundo implica otra transgresión más allá de las pintas. Mantener el lenguaje y la expresividad característica de estos dos jóvenes deja entrever otras formas de expresarse que no suelen ser aceptadas o entendidas desde la academia, por ello las narraciones importan no como mera representación del mundo de dos artistas callejeros sino como una forma de comprender que la sociedad no se construye de manera lineal.

Como se recordará la propuesta de este trabajo pretende comprender que la cultura es lúdica y también que las construcciones psicosociales que conlleva lo son, es decir, que sus elementos cotidianos son lúdicos y culturales porque no caben en un manual para seguirse o venderse, pues se hacen cotidianamente a través de las prácticas sociales. En otras palabras, estos elementos cotidianos contienen rasgos lúdicos porque lo lúdico también se remonta al espacio, a la memoria y a la comunicación. Estos elementos imbricados en el juego, en el carácter lúdico de la cultura, se hacen presentes en los rasgos compartidos por los jóvenes grafiteros o artistas urbanos, por mencionar algunos: la vestimenta, los materiales utilizados en sus creaciones, el lenguaje, los conflictos sociales compartidos y los espacios de manifestación, por ejemplo.

A través de este recorrido se hace destacable el papel transgresor y delictivo con el que se sigue manteniendo la práctica de *graffiti*, pues difícilmente se ha encontrado algún comentario tan negativo hacia otras expresiones, como aquellas que sí caben en la categoría de *Street Art*. Se considera que es debido a la historia de criminalidad y vandalismo contenida en la narrativa desde afuera que

valora estas prácticas, así como por el simbolismo que tienen los distintos tipos de materiales con que se realizan algunas prácticas callejeras como el *graffiti* -aerosol- pues conlleva una dificultad para hacerlos desaparecer, a diferencia quizá de los *stickers* o *propas*, o del efímero *Madonnari*.

Dando lectura a los relatos de Geder y Zugor se observa el mantenimiento de las narrativas que los otros hacen desde afuera y de la que se crea dentro de la propia cultura lúdica pues son conscientes de que existe una percepción de mayor alcance y con beneficios al denominarse artistas urbanos, al perder el anonimato, incluso ambos mencionan que a nadie le gustaría que *rayaran* su casa o alguna propiedad. Empero desde ahí es como también consolidan el carácter lúdico de sus prácticas callejeras como grafitero o artista callejero, reconociendo cómo son vistos desde afuera y lo que ellos van construyendo desde adentro.

Mediante el conocimiento de estos elementos cotidianos se comprende la conservación de los antecedentes míticos de la cultura de *graffiti* y *Street Art*, tales como: la criminalidad, la ilegalidad, los estilos protagonistas, así como la lucha constante por tapizar la ciudad con sus creaciones, y los espacios donde se miran estas prácticas urbanas. Estos elementos no pueden verse como algo inherente al movimiento de *graffiti* y *Street Art* sin comprender por qué se han mantenido como rasgos que identifican a estas prácticas urbanas de otras o sin entender qué fenómenos psicosociales mantienen estas formas culturales no sólo en el imaginario colectivo desde afuera, sino desde adentro, es decir, en los propios creadores.

6.2 Hallazgos: El Street Art en México, sus formas y espacios

Hoy en día si miras un señalamiento vial encontrarás un montón de estampitas pegadas en ellos, aunque también los encontrarás en cualquier superficie a la que puedan adherirse fácilmente: barandales, puertas, ventanas, postes, semáforos -porque arriesgarse a pegar lo más alto que se pueda forma parte del estilo-. Si miras mejor podrás observar otras imágenes que invaden las paredes, hechas no sólo de papel, pueden estar también en el piso, pueden ser grandes o minimalistas, pueden ser sólo textos, fotografías, entre otra inimaginable cantidad de invenciones callejeras, así como infinidad de materiales, todo esto perteneciente al mundo del *Street Art*. Así también encuentras los santuarios del *graffiti*, es decir, aquellos lugares repletos de manifestaciones hechas de aerosol, santuarios porque suelen ser lugares abandonados, pero no por los grafiteros, quienes invaden con sus creaciones “ilegales” estos espacios. Las imágenes y textos cotidianos que están al servicio de las y los transeúntes pueden ser de contenido político social o personal, por divertimento o por expansión para hacerse ver. Es inevitable no mirarlo, aunque sea por unos segundos.

Esta explosión de creatividad (Bou, 2005) marca un renacimiento del *Street Art*, pues hace treinta años era más seguro ver un *stencil* en una fábrica que en un paso peatonal concurrido. Durante la investigación se conocieron distintas formas de *Street Art*, por las cuales se dará un paseo a continuación:

A) PROPAS: apócope de propaganda. Las *propagandas* en papel pegadas en la pared no son algo nuevo, pues éstas se utilizan todavía como publicidad para dar a conocer eventos, son muy comunes para anunciar conciertos u obras de teatro, de ahí viene la idea de la *propa*, sólo que ahora están también al servicio de la creatividad informal.

Las *propas* son dibujos hechos en papel bond, por lo general, las cuales son pegadas con engrudo y a brochazos en las paredes. Para pegarlas sólo se requiere observación, encontrar un espacio y una botella o recipiente que contenga el engrudo. Los dibujos suelen ser del tamaño del pliego de papel, aunque su tamaño puede variar, así como los lugares donde se pegan, pues no sólo están en paredes, pueden verse incluso en el concreto de algún puente peatonal como Geder y su *colectivo* suelen hacerlo. Por supuesto, ésta es una actividad que se realiza clandestinamente. En México, se les conoce como *propas*, aunque algunas personas -artistas gráficos que se dedican profesionalmente a las artes visuales y en el mundo- lo conocen como *paste up*.



Propa tamaño real (2017). En encuentro de stickers en el Chopo, CDMX.

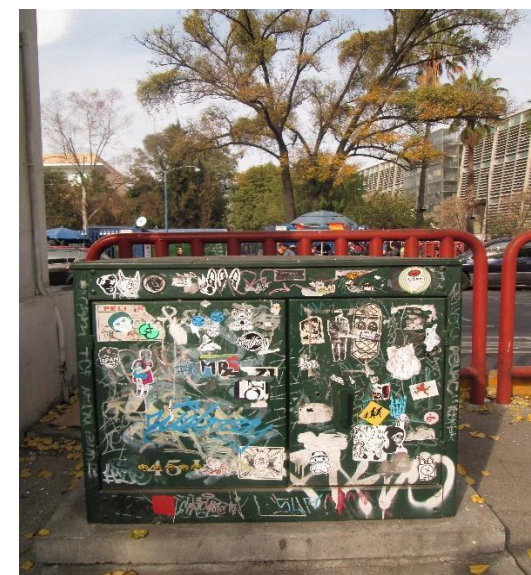
Fotografía: Esmeralda Fonseca.



Pajas colectivo (2017). Encuentro de stickers en el Chopo, CDMX. Fotografías: Esmeralda Fonseca

B) STICKERS: Son imágenes hechas en vinil, en la parte posterior de la imagen tiene un adhesivo que permite que puedan pegarse rápidamente en distintas superficies y al por mayor. Es común miraras en barandales, puertas, semáforos o señalizaciones vehiculares. Los tamaños también suelen variar incluso hay algunos minimalistas. Los creadores de *stickers* suelen tener encuentros en los cuales llevan sus creaciones -ya que pueden ser distintas ilustraciones para un solo artista- y hacen intercambios para mantener así una colección en la cual no sólo figuran sus *stickers* sino los de los artistas que ha conocido en otros lugares. En los encuentros de *stickers* es común ver a las y los jóvenes -en su mayoría- acercándose y solicitar una estampita con la frase “¿traes cambio?”. No son sólo jóvenes, pues hay incluso niños que realizan sus pininos en el mundo del *Street Art*.

Al encuentro de *cambios* de 2017 en el Chopo acudieron cientos de personas, incluso de localidades fuera de la CDMX. También se encontraban jóvenes acompañados por sus padres, quienes me comentaron que, si era algo que a sus hijas o hijos les gustaba, ellos los apoyarían, aunque en un principio pensaban que era una actividad inadecuada, pero acercándose a este mundo y acompañando a sus hijos se dieron cuenta de que no era vandalismo, pues así lo sospechaban.



Encuentro de stickers en el Chopo (2017), CDMX. Fotografía: Esmeralda Fonseca

C) STENCIL: El *stencil* es una base de plástico en el cual está plasmado el contorno de una imagen y a partir del cual se dibujan las imágenes con aerosol en cualquier superficie. De acuerdo con Bou (2005) para crear *stencil* y bombardear las calles sólo se requiere de 3 cosas: IDEA + STENCIL + SPRAY. Los *stencil* también varían de acuerdo con lo que el artista desee plasmar, los colores, tamaños, formas. Este “logo” del artista puede así repetirse en diversos lugares.

En el esténcil no hay azar. La imagen es limpia y hermosa. La preparas en tu estudio y puedes reproducirla indefinidamente. No soy lo suficientemente bueno para trabajar a mano alzada. La plantilla es una técnica muy apropiada para la calle porque es rápida (Blek le Rat 2011, entrevista realizada por Jacobi, 2011, citado en Fernández, 2018).

Durante la búsqueda de formas de *Street Art* a través del vagabundeo, se encontraron pocos trabajos de este tipo, sin embargo, suelen estar presentes en la escena del arte urbano en México, recordando que éste es considerada una manifestación legal, como ejemplo los siguientes:



Póngase a leer (2018). Iztacalco, CDMX.

Fotografía: Esmeralda Fonseca

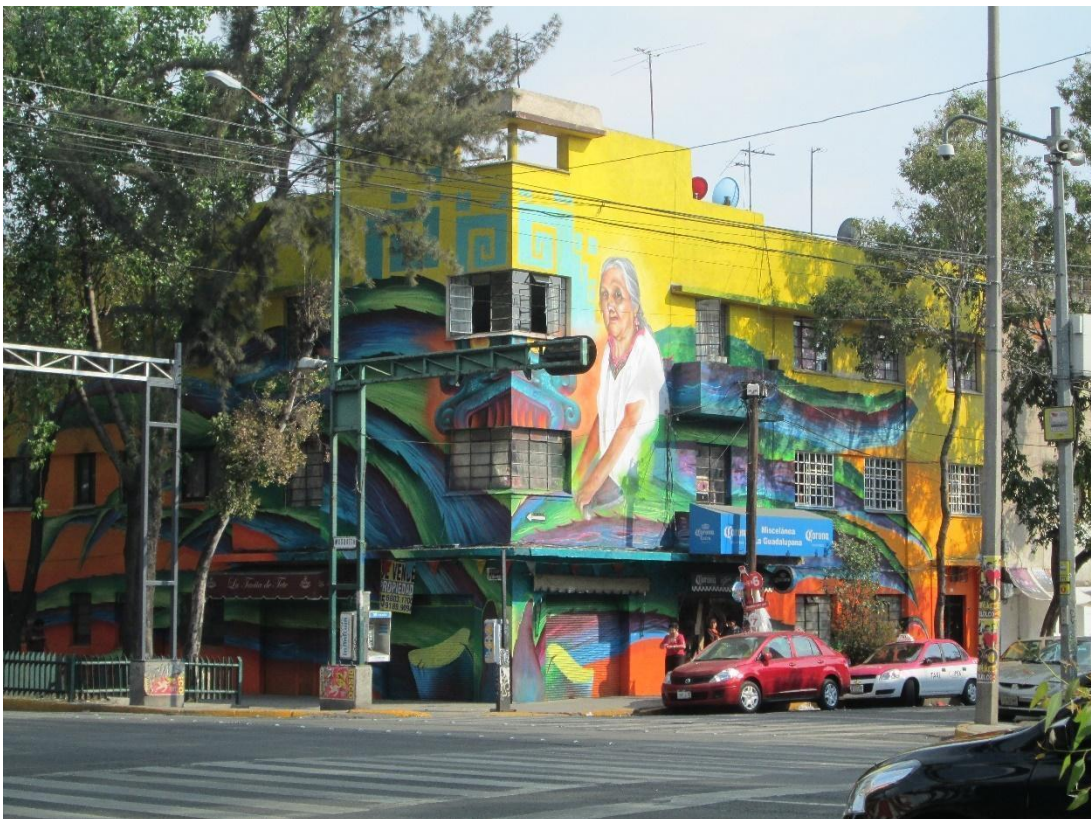


El legado de Peña (2018) Roma Sur, CDMX; La raza cósmica (2018), Copilco, CDMX;
Graue y su vacío (2018) Copilco, CDMX
Fotografía: Esmeralda Fonseca

D) MURALES: Hoy en día los murales se han convertido en el prototipo de *Street Art* -aceptado- por excelencia, de hecho, es la actividad que se considera tajantemente como arte urbano, en parte, debido a que socialmente son “bonitos” y suelen presentarse como reparadores de espacios públicos, y también porque la mayoría de los realizadores son profesionales de las artes plásticas o visuales. Sin embargo, su creación no es exclusiva de estos artistas académicos, pues los murales también suelen ser el resultado de la preparación que el artista urbano ha tenido desde el *Street Art*.

Los murales son grandes y coloridos, es muy común verlos en las calles, en edificios y en colonias enteras. Suelen ser obras permitidas o fomentadas por el gobierno, sin embargo, también existen excepciones. El más conocido es el artista urbano anónimo: *Banksy*, quien por varias partes del mundo ha dejado su marca. Reconocido por hacer *murales* con base en *stenciles* cargados de crítica social y porque sus obras toman en cuenta el estado de la pared u objeto donde plasme su creatividad.

En México, los murales son de las obras de *Street Art* más abundantes, principalmente en la Ciudad de México, donde se fomenta las pintas mediante concursos o encuentros de *Street Art*, así como la recuperación de espacios públicos como sucede en la Col. Buenavista conocido como “corredor cultural Buenavista-Guerrero”, denominado así porque la serie de condominios que lo conforman están pintados con murales de varios artistas y es imposible no verlos.



Corredor cultural Buenavista-Guerrero (2017) Col. Buenavista, CDMX.
Fotografía: Esmeralda Fonseca.



Murales de medianeras (2017). Col. Tacubaya, CDMX; En la morada (2017) Nicolás Romero, Estado de México. Fotografía: Esmeralda Fonseca

E) **MADONNARI**: Surgió en Italia durante el siglo XVI, y proviene de la palabra Madonna -mujeres, vírgenes doncellas- pintadas por militares. Es una técnica hecha con gises, se dibuja en el piso, y aunque podría parecer un estilo nuevo, éste ya existe desde hace años en nuestro país e incluso se realizan *Festivales Madonnari*. Ya no se dibujan sólo mujeres pues muchos artistas suelen crear ilusiones ópticas con sus trabajos o cualquier otra idea que tengan en mente. Esta técnica es tan efímera como las otras formas de *Street Art*, ya que el tiempo, las condiciones ambientales o la gente determinan si eso permanece durante largo tiempo o no. Sin embargo, debido al material es de las actividades que más fácilmente se elimina.



Exponiendo Madonnari (2018), Col. Roma Sur, CDMX.

Fotografía: Esmeralda Fonseca

Las formas y espacios del *Street Art* no son limitados, basta tener un material y una idea; mientras uno pasea puede mirar esa infinidad de posibilidades, si bien, hay estilos consagrados esto no impide la creatividad, la diversidad y la oportunidad de abrir paso a más artistas de cualquier edad. Las formas de hacerse ver parecen inagotables, cada vez hay más bombardeo de ideas plasmadas en cualquier punto del espacio público, y si éste no es público, bien puede recuperarse.

Es importante recalcar que esta investigación no trata de explicar cada una de las formas existentes del *Street Art*, como podrán comprender, las formas hasta aquí presentadas fueron halladas durante la investigación, muchas de ellas conocidas por vez primera por la investigadora gracias a los artistas urbanos contactados, así como a los vagabundeos realizados.

Acercarse a la cultura desde la Psicología Social suele ser una relación de eventos que indica cómo el individuo está influido por la sociedad y cómo ésta le afecta. Sin embargo, también existen formas comprensivas de análisis (Dudet, 2017) que permiten mirar otros procesos psico-colectivos, o bien, mirar a esos procesos psico-colectivos desde otro punto de vista. En este trabajo se ha intentado brindar una mirada comprensiva hacia la colectividad y hacia lo lúdico inmerso en la cultura y viceversa, descubriendo que hay elementos cotidianos que crean la atmósfera para que las formas lúdicas de la cultura sigan transgrediendo el orden que aparentan las calles y ciudades mediante un juego que todos jugamos todos los días.

Se considera como limitante dentro de esta investigación el acercamiento únicamente a dos artistas urbanos masculinos, ya que en los últimos años las mujeres se han desenvuelto mucho más dentro de estas prácticas callejeras y son quienes tienen poca visibilización dentro de las prácticas lúdicas urbanas, sin embargo, no son inexistentes y ellas han aportado en los últimos años otra intención, ya que sus obras suelen tener una alta carga de protesta social. También es de reconocer que sí se logró un acercamiento con creadoras de *Street Art* y *graffiti* así como un encuentro con sus creaciones directamente en la calle, con lo cual se planea ampliar el conocimiento de este mundo creativo lúdico urbano.

CONCLUSIONES

El *graffiti* y *Street Art* son dos formas de cultura -desdeñadas- presentes en las calles de cualquier ciudad. Los acercamientos a estas prácticas callejeras se han hecho desde distintos puntos de vista, a veces con el interés de profundizar más sobre las identidades sociales o incluso sobre las técnicas artísticas, sin embargo, desde la academia no nos hemos arriesgado a presentarlas como formas de la cultura, quizá porque tampoco sabemos cómo definir a la cultura, o difícilmente damos voz a quienes participan y están en constante contacto con estas prácticas urbanas. Por ello resulta necesario conocer este mundo con una visión diferente, mediante una visión desde adentro, es decir mediante sus actores sociales, mismos que en sus narrativas dejan al descubierto otros procesos o elementos psicosociales.

Asignar de antemano lo que se encontrará o el elemento preciso que queremos correlacionar no son preguntas que aporten a una visión desde adentro, por lo cual el objetivo general fue lograr un acercamiento de la mano de dos hacedores de graffiti y/o arte urbano,

y ha sido precisamente así como se ha encontrado una visión distinta de la cultura dando paso a una cultura lúdica, no académica, no perteneciente al mundo intelectual, una cultura en la que es más claro cómo es posible que todo lo presente en la sociedad sea cultura, develando que la cultura se ha limitado a una mercancía, a determinados espacios y formas de comunicarse alejando a los ciudadanos de la oportunidad de reconocerse como creadores de cultura y de su cotidianidad. Sucede lo mismo con las formas con las cuáles podemos encontrar estas manifestaciones en el espacio público como el vagabundeo o callejeo, a través del flâneur, este personaje que está ahí presente en cada narrativa de los actores sociales, en cada graffiti, mural o sticker que se replica en un punto de la ciudad y luego en otro más lejano, ese elemento tan distintivo de ociosidad o de curiosidad, de juego. Así de a poco y con cada acercamiento hacia adentro encontramos elementos cotidianos y olvidados: el juego, la cultura, las calles.

Uno de estos elementos olvidados es el callejeo, el andar como una de las actividades cotidianas que desde afuera se mantiene estática o definida por su utilidad, pero que resulta indispensable para el encuentro con otras formas de la cultura, de esta manera se fueron descubriendo los elementos que contextualizan al *graffiti* y *Street Art*: la calle, la memoria, y las narrativas dentro de la cultura lúdica.

La práctica lúdica del flâneur se redescubre en el contacto constante con la calle, es decir, los callejeos permitieron crear el interés por las diferentes formas de arte urbano y *graffiti* así como por conocer a sus creadores. A partir de esos objetos simbólicos - *graffitis, stickers, propas, murales*, etcétera- comienza la narrativa hecha desde afuera versus la narrativa de los propios actores sociales.

En los andares cotidianos se encuentran las narrativas desde adentro y desde afuera, ambas conservando la historia y el lenguaje característicos de estas prácticas callejeras, por ello, el acercamiento a este mundo implica ser fiel a lo que expresan los artistas callejeros, así como al acercamiento directo con sus prácticas sociales, ya que desde ellos se aprendió y aprehendió su lenguaje cotidiano, porque es otro y mantiene otros significados que no pueden comprenderse con sólo mirar un *graffiti* o un *sticker*, haciendo necesario ingresar con ellos a este mundo de calles y recorridos nocturnos o diurnos siempre chequeando que un adulto con visión desde afuera no esté presente.

Se encontró en este recorrido por el mundo subalterno en el que siempre se ha ubicado al *graffiti* y *Street Art* que los jóvenes generan cultura a partir de sus prácticas urbanas y de los elementos cotidianos que éstas mismas conllevan haciendo necesaria la comprensión sobre la existencia de la cultura, la cual es lúdica. Así pues, se logró un acercamiento desde adentro para reconocer sus rasgos lúdicos comprendiendo que las juventudes tienen otra forma de relación con el espacio público -que generalmente nunca es público, sino más bien un espacio sometido al control de algunos cuantos-.

Resulta importante señalar que a pesar de que las características del juego impliquen reglas, en realidad no están limitando a un solo juego, sino que permiten discernir lo que es lúdico y descubrir por qué lo es. El andar es un elemento lúdico de la cultura presente en las prácticas callejeras aquí estudiadas, cuya regla principal es la circulación desordenada, esa es la principal diferencia entre el andar

establecido y el andar lúdico -que Guy Debord¹³ llamaba deriva- por ello el *graffiti* y *Street Art* no son un juego lineal, y es que la cultura como la sociedad no es estable ni homogénea, de acuerdo con Maffesoli el nomadismo, o sea vagabundeo, es una forma antitética a lo que el Estado establece:

El encierro establecido durante toda la modernidad muestra, por todas partes, signos de debilitamiento. Poco importa, por cierto, cuáles sean sus vectores: hippies, vagabundos, poetas, jóvenes sin brújula, lo mismo que turistas pastoreados en los circuitos vacacionales programados. El hecho es que la “circulación” regresa. (Maffesoli, 2004, p. 26)

Por todo esto es que se permitió que la metodología de la investigación mantuviera un espíritu lúdico, pues no hubo una hipótesis previa, ya que interesaba comprender el mundo de los hacedores de *graffiti* y *Street Art* a partir de ellos mismos, lo cual permitió además el descubrimiento de nuevas formas de *Street Art* y *graffiti*, haciendo presente el callejeo que Maffesoli (2004) fomentaba como una protesta contra el ritmo de la cotidianidad dirigido a la producción.

A partir de lo encontrado a lo largo de esta investigación se propone que la cultura es lúdica en sí misma, no una determinación, sino una construcción cotidiana que conlleva procesos colectivos que se hacen cambiantes conforme la sociedad cambia.

¹³ Filósofo francés que fundó la Internacional Situacionista donde se experimentaba con la construcción libre de la cotidianidad, entre ellas la deriva o el andar sin dirección establecida, para realizar mapas psicogeográficos.

En resumidas cuentas, o historias, la cultura lúdica es la cultura cotidiana con sus personajes y sus prácticas, personajes ante los cuales como ciudadano que deriva o no, uno no puede mantenerse indiferente a sus prácticas y lugares de concentración o dispersión, tal como nos lo ha mostrado Zugor y Geder. Así pues, los procesos psicosociales cotidianos y sus elementos lúdicos no se manifiestan en este trabajo como pasos para poder detectar lo lúdico y lo serio, ni para considerarlas como meras construcciones sociales impenetrables o fijas, sino todo lo contrario, como elementos lúdicos que conforman la cultura cotidiana. Es decir, lo cotidiano tiene aún mucho que mostrarnos para replantearnos conceptos tan desgastados como cultura o sociedad y se puede lograr un acercamiento vagando por ellos.

Finalmente se invita a los lectores a mirar las creaciones que acompañan los espacios que recorren cotidianamente como un ejercicio lúdico, cultural y de ciudadanía, así como pensar a los hacedores de estas prácticas callejeras como personajes que ponen en debate si es que realmente el espacio es nuestro o si sería más bello y afectivo caminarlo sin imposiciones.

“Lo que llamamos “estética” aparece entonces como actividad sin objeto, desprovista de toda eficacia, sin duda coloreada por el “espíritu del tiempo” o por los hábitos de la civilización, pero siempre abierta a todas las combinaciones posibles.”

Jean Duvignaud.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Baudrillard, J. (1992). Kool killer o la insurrección del signo. En Baudrillard, J. *El intercambio simbólico y La muerte (90-99)*. Venezuela: Monte Ávila.
- Bergson, H. (1996). *Introducción a La metafísica*. México: Porrúa. 1903.
- Borja, J., Muxí, Z. (2003a). El espacio público, ciudad y ciudadanía. Barcelona.
- Borja, J. (2003b). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza.
- Bou, L. (2005). *Street art, the spray files*. New York: HarperCollins.
- Cardona, L. (2014). *Espacios movimiento. Una lectura de La calle como espacio social* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Careri, F. (2013). *Walkscapes. El andar como práctica estética*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Castleman, C. (2012). *Getting up. Hacerse ver. El grafiti metropolitano en Nueva York*. España: Capitán Swing Libros.
- Couvreux, N. (2016). *La biblia del grafitero. Una teoría constructiva para la generación que tomará el relevo* (Tesis de Doctorado). Universidad de Granada, España.

- Fernández, E. (2018). *Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos* (Tesis de Doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Fernández, J. (1988). *Arte efímero y espacio estético*. Barcelona: Anthropos.
- Fernández, P. (2004a). *La sociedad mental*. Barcelona: Anthropos.
- Fernández, P. (2004b). *El espíritu de la calle. Psicología política de la cultura cotidiana*. Barcelona: Anthropos; México: Facultad de Psicología, Universidad de Querétaro.
- Ganz, N. (2010). *Graffiti. Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Harvey, D. (2012). *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal.
- Huizinga, J. (2007). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza. (Trabajo original publicado en 1938).
- Maffesoli, M. (2004). *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. México: Fondo de cultura económica.
- Pedroza, M. (2010). *Identidades urbanas de taggers y graffiteros: Análisis transdisciplinario de la producción semiótica del graffiti en el Distrito Federal* (Tesis de Licenciatura). Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.
- Pedroza, M. (2012). *Semiosis visual en el graffiti de escritores: Producción cultural urbana alternativa* (Tesis de Maestría). Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

- Pérez, F. (2015). *Monólogo en el laberinto epistemológico de La psicología*. México: Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Suárez, M. (2005). *Identidad chicana a través de Las artes plásticas, 1965-1990* (Tesina de Licenciatura). Centro de Investigación y Docencia Económicas, A. C., México.
- Taylor, S., Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Trachana, A. (2014). *Urbe Ludens*. España: Trea.

Hemerografía

- Araiza, E., Martínez, R. (2016). "Hacer de la calle un museo de la calle". El grafiti y sus actores en una colonia popular de Ecatepec, Estado de México. *Desacatos* (51), 110-129.
- Arellano, A. (2012). Capital colaborativo socio-técnico e innovación antigraffiti. *Revista Mexicana de Sociología* 74(1), 99-132.
- Alpízar, L., Bernal, M. (2003). La construcción social de las juventudes. *Última Década* 2(19), 105-123.
- Arce, T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología* 6(11), 257-271.
- Bautista, A. (2008). De la creación a su consumo: objetos y mercancías. *Athenea Digital* (14), 191-198.

- Pedroza, M. (2019). Estéticas de la calle. 7ª edición de un congreso transdisciplinario. *Revista Digital Universitaria* 20(5), 1-9.
- Ríos, M. (2009). Johan Huizinga (1872-1945): Ideal caballeresco, juego y cultura. *Casa del tiempo* 09, 71-80.
- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco* (52), 39-49.
- Valera, S., Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental. *Anuario de Psicología* (62), 5-24.

Cibergrafía

- Estéticas de la Calle (2020, 14 de marzo) Congreso transdisciplinario Estéticas de la Calle <https://esteticasdelacalle.tumblr.com/>
- Fundación UNAM (s.f.) Inventos de la UNAM: ¿Conoces la pintura Antigrffiti? <https://www.fundacionunam.org.mx/vanguardia-unam/inventos-de-la-unam-conoces-la-pintura-antigrffiti/>
- Hidroarte. (s. f). *Cultura del Agua y Arte Urbano de La Ciudad de México*. <https://data.sacmex.cdmx.gob.mx/aplicaciones/hidroarte/>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia. (2017, 30 de mayo). *Investigadores y artistas callejeros disertan sobre el graffiti como práctica cultural-urbana*. [boletín nº 184]. Dirección de medios de comunicación <https://www.inah.gob.mx/boletines/6199->

investigadores-y-artistas-callejeros-disertan-sobre-el-grafiti-
como-practica-cultural-urbana

Meeting of Styles. (s. f). <https://meetingofstyles.com/>

Secretaría de Desarrollo Social (s. f). *Instituto Mexiquense de La
Juventud* <http://imej.edomex.gob.mx/node/364>

Secretaría de Seguridad (s. f). *Fortalecimiento a La integración
social*
[https://sseguridad.edomex.gob.mx/fortalecimiento_integracion_so
cial](https://sseguridad.edomex.gob.mx/fortalecimiento_integracion_social)

Secretaría de Seguridad Pública. CDMX (2018). *La Unidad Graffiti de
La SSP-CDMX celebra su décimo quinto aniversario de expresión
urbana* [https://www.ssc.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/la-unidad-
graffiti-de-la-ssp-cdmx-celebra-su-decimo-quinto-aniversario-
de-expresion-urbana](https://www.ssc.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/la-unidad-graffiti-de-la-ssp-cdmx-celebra-su-decimo-quinto-aniversario-de-expresion-urbana)

Imágenes

01. La politique a tous (1968). Recuperado el 18 de agosto de 2018
<https://www.absolutviajes.com/el-mayo-68-en-la-ciudad-de-paris-i/>
- 02, 03, 04. El sistema jode, jode al sistema. Gaceta Universitaria, (1968); Los tres gorilas GDO, Cueto y Corona. AGN, Hermanos Mayo Cronológico, (1968); Tierra para todos; Luchamos por los derechos del pueblo mexicano; Democracia sí, muera la tiranía. Pedro Meyer, (1968). Recuperados el 18 de agosto de 2018
<https://aristeguinioticias.com/0108/mexico/el-sistema-jode-jode-al-sistema-pintas-y-exigencias-del-68/>
05. Taki 183 (1971). Recuperado el 18 de agosto de 2018
<https://www.wikiart.org/es/taki-183>
06. Cornbread (1967). Recuperado el 18 de agosto de 2018
<http://www.lyricalgypsy.com/darryl-cornbread-mccray-graffiti-artist/>
07. Shadowman 34 12th street (1982). Recuperado el 20 de febrero de 2019
<https://www.wikiart.org/es/richard-hambleton>
08. Rimbaud dans Paris, Ernst Pignon-Ernst. Recuperado el 20 de febrero de 2019
<https://www.elmarcoverde.com/shop/ernest-pignon-rimbaud-dans-paris-cartel-enmarcado/>

- 09, 10. *Stencil*, Blek Le Rat; Obey Giant, Shepard Fairey (1999). Recuperados el 20 de febrero de 2019 <https://www.widewalls.ch>
11. Balloon girl, Banksy (2002). Recuperado el 23 de febrero de 2019 https://elpais.com/cultura/2017/07/26/actualidad/1501068343_275627.htmh
12. Hidroarte 6ª edición (2019). Mural en planta potabilizadora, Agrícola Oriental. Recuperado el 06 de enero de 2021 <https://data.sacmex.cdmx.gob.mx/aplicaciones/hidroarte/>
13. Concurso estatal juvenil de Arte Urbano (2019). Instituto Mexiquense de la Juventud. Recuperado el 06 de enero de 2021 [http://imej.edomex.gob.mx/sites/imej.edomex.gob.mx/files/files/Convocatoria%20Arte%20Urbano_correcto\(2\).pdf](http://imej.edomex.gob.mx/sites/imej.edomex.gob.mx/files/files/Convocatoria%20Arte%20Urbano_correcto(2).pdf)
14. Muestra de la pintura antigraffiti Deletum 3000. Fundación UNAM Recuperado el 06 de enero de 2021 <https://www.fundacionunam.org.mx/vanguardia-unam/inventos-de-la-unam-conoces-la-pintura-antigraffiti/>
15. Convocatoria 8º Congreso Transdisciplinario Estéticas de la Calle (2020). Recuperado el 13 de enero de 2021 <https://esteticasdelacalle.tumblr.com/post/612587572634501120/cconvocatoria-8%C2%BA-congreso-transdisciplinario>