

El Graffiti: su evolución y percepción social a favor o detrimento de una ciudad

Jesús Alberto Peredo Pozos*

Desde el surgimiento de la palabra en el XIX para designar las intervenciones con mensajes escritos en espacios visibles a los habitantes de la ciudad de Pompeya, el *graffiti* se ha vuelto un vocablo persistente en las redacciones de medios de comunicación impresos, audiovisuales y radiofónicos que traten temas sociales, de lucha ciudadana, protesta, creatividad, seguridad pública, así como la manera en que sus actores se interrelacionan con su entorno y entre si mismos.

Echando un vistazo a la historia, encontramos que si bien el *graffiti* comenzó a ser utilizado para designar las consignas mayoritariamente anónimas de índole político, amoroso y hasta, sexual-escatológico, cuando se llevaron a cabo los trabajos para el rescate de la ciudad italiana de Pompeya, la práctica de la comunicación gráfico-visual ocurrió incluso antes que la verbal (Berger, 2002), cuando los hombres primitivos se vieron en la necesidad de dejar vigencia de su existencia en las paredes de las cavernas como se puede apreciar en Altamira o Lescaux, en España y Francia respectivamente. La semióloga argentina Lelia Gándara al respecto de ésta conexión comenta: *“Conceptualmente, el graffiti evoca una acción muy primitiva, la de los primeros trazos del hombre en la piedra*

* Profesor Investigador de la Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Arte Arquitectura y Diseño, Centro de Investigaciones en Medio Ambiente. Correo electrónico: oderep@gmail.com

de las cavernas” (Gándara, 2002). En ellas quedaron plasmados no solo los vestigios de los primeros ejemplos de lo que pudiera considerarse desde la acepción más amplia posible como *graffiti*, elaborados con los dedos, tampones o lanzando a través de cañas los pigmentos de origen vegetal y animal, sino la utilización de sus propias manos a manera de “plantillas” que pueden ser consideradas como el antecedente directo de lo que hoy se considera como “*esténcil*” (Manco, 2006).

A raíz de lo anterior la comunicación gráfica informal, anónima, fugaz o espontánea (por llamarle de algún modo al ejercicio que nos ocupa) ha persistido hasta nuestros días en que ha logrado evolucionar tanto en calidad como en cantidad, de manera tal que para los umbrales del siglo XXI, ha generado un importante impacto económico en la sociedad, tanto por la industria especializada que en torno suyo ha surgido, como por los gastos tanto privados como gubernamentales erogados para su limpieza en la inesperada cantidad de superficies donde aparece constantemente.

Pero además de la persistencia y cambios en las técnicas de lo que podemos considerar genéricamente como *graffiti* y los antecedentes antes citados, cabe hacer mención de que su principio más esencial persiste hasta nuestros días y obedece a cuestiones de intereses personales para dejar huella gráfica de la presencia de su autor que en la mayoría de las ocasiones es anónimo o firmado bajo un seudónimo.

El mensaje puede contar con una codificación dependiendo del receptor a quien se pretenda dirigir el mensaje visual que puede ser textual, abstracto o figurativo, sobre un soporte potencialmente visible para el fin buscado. De esta

manera el investigador español del tema, Fernando Figueroa (Figueroa Saavedra, 2006) plantea una distribución del fenómeno en diferentes categorías como pueden ser “*graffiti de letrina*”, “*graffiti escolar*”, “*graffiti carcelario*”, “*graffiti infantil*”, “*graffiti hip-hop*”, por cierto éste último, el que mayor popularidad así como auge ha tomado a partir de las últimas décadas del siglo XX y hasta la actualidad, estando presente en los espacios de las principales ciudades del mundo.

La presencia del *graffiti* en los espacios urbanos de la actualidad, puede considerarse que fundamenta rechazo y preocupación en la percepción de sectores mayoritarios de las sociedades que con él viven o conviven en la cotidianeidad, en base a una percepción polarizada del fenómeno la cual corresponde tan solo una forma de *graffiti* que constituyó un capítulo geográficamente específico y de un período de la constante transformación que ésta práctica ha tenido, a lo largo del tiempo. Nos referimos al *graffiti cholo*.

El movimiento “*cholo*” producto de la herencia de los “*pachucos*” que fue integrado principalmente por migrantes mexicanos en los Estados Unidos de Norteamérica, generó un clima de rivalidad entre habitantes de barrios vecinos por el control de las calles, desde las primeras décadas del siglo XX en ciudades del sur principalmente del estado de California (In legend others follow, 2009). Esta rivalidad dio como resultado actos de violencia y confrontación que aglomeró a estos actores en pandillas, que buscando delimitar su territorio barrial, utilizaron una forma de *graffiti* con características específicas de color y estilo tipográfico, así como la carga simbólica de sus elementos compositivos basados en la cultura mexicana renovada en lo norteamericano, que llevaron a una asociación de esta práctica con hechos delictivos y violentos.

Desde entonces y, como producto de la constante relación cultural de estos migrantes, es como se consolidó una percepción negativa de la práctica del uso de pinturas en aerosol para realizar intervenciones gráficas en las calles, o quizás, un grado de negatividad magnificado posiblemente mal fundado que hasta la actualidad persiste.

Pero el *graffiti* actual, o al menos, por así llamar al que ha tomado las calles de las ciudades contemporáneas, si bien, puede llegar a tener ciertas raíces técnico-conceptuales con el tipo de *graffiti* antes citado, dista mucho de buscar los principios básicos de delimitación territorial entre “gangs” o “clicas¹” que es la asociación más constante o la visión más próxima de muchos ciudadanos acerca del fenómeno. Desde la década de los años 70 el movimiento gráfico surgido de los guetos Neoyorkinos, ha inundado las ciudades sin distinguir, colores, razas, edades ni clases sociales entre sus ejecutantes, que lo que buscan es presencia visual individual en el complejo conglomerado social. La diferencia esencial, radica en la pretensión de calidad o cantidad que pretenda su autor. ´

Así pues consideramos que es necesario plantear un abordaje de la práctica del *graffiti* desde un enfoque integral e imparcial que permita valorar las ciudades que lo poseen desde una perspectiva menos polarizada que permita resaltar también las cualidades que como signos de identidad pueden llegar a aportar a un conglomerado social el espacio que habitan y su cultura.

Como ejemplo vale la pena hacer notar los *graffiti* argentinos, que en barrios como San Telmo o Boca, como impulsores de los imaginarios de la

¹ Pandillas o sociedades generalmente juveniles delictivas.

concepción de la ciudad, y sus características que venden al mundo a través de propaganda hecha con rasgos de composición, color y tipografías propias de la cultura del tango y los establecimientos que lo promueven (Ruiz, 2008).

Otro ejemplo de las potencialidades que en pro de una ciudad puede generar el graffiti, es justamente en la cuna del mencionado graffiti actual o graffiti hip-hop la ciudad de Nueva York, en donde luego de haber implementado leyes y constituido escuadrones policiales contra el graffiti en esa ciudad, actualmente el sector turístico² oferta paseos por los barrios de Manhattan, Brooklyn y Bronx para mostrar al turismo, tanto los vestigios como las nuevas propuestas de lo que en las últimas décadas del siglo XX fue el principal enemigo de la ciudad, que a la fecha no han logrado erradicar, y de donde surgieron incluso íconos de la cultura y el arte Norteamericano como el caso de J.M. Basquiat o Keith Haring por mencionar algunos.

Termino preguntando y sometiendo al juicio del lector ¿hasta dónde el *graffiti* como ejemplo de las cosas que en muchas ocasiones surge como muchas de las actividades marginales, puede llegar a convertirse en símbolo de identidad de un barrio, una ciudad o un país? Bastaría con recordar la manera cómo se desarrolló el Fado en Portugal (por citar un ejemplo), en medio de un clima de persecución e intolerancia, para con el paso de los años convertirse en el género musical de toda una nación.

² <http://www.zerve.com/hiphoplook/graffiti> <http://www.mnn.org/?q=en/street-art-and-graffiti-bike-tour>

Bibliografía

Berger, John. *Modos de ver*. Barcelona : Gustavo Gili, 2002.

Figuroa Saavedra, Fernando. *Graphitfragen*. Madrid : Minotauro, 2006.

Gándara, Lelia. *Graffiti*. Buenos Aires : Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2002.

In legend others follow. saber. 2009. 3, San Francisco : High Speed Productions, 2009, Vol. 16.

Manco, Tristan. *Stencil Graffiti*. Londres : Thames & Hudson, 2006.

Ruiz, Maximiliano. *Graffiti Argentina*. Londres : Thames & Hudson, 2008.

Ficha bibliográfica:

PEREDO POZOS, J. El Graffiti: su evolución y percepción social a favor o detrimento de una ciudad. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol. I, núm. 3.

<<http://topofilia.net/coloquio09peredo.html>>.