



Encuentros

ISSN: 1692-5858

rencuentros@uac.edu.co

Universidad Autónoma del Caribe

Colombia

Ramírez Rodríguez, Manuela; Rodríguez, Liseth Vanessa; de los Ángeles Celis, María
Amanda; Rozo García, Hugo Alexander

El grafiti como artefacto comunicador de las ciudades: una revisión de literatura

Encuentros, vol. 15, núm. 1, enero-junio, 2017, pp. 77-89

Universidad Autónoma del Caribe

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=476655855005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El grafiti como artefacto comunicador de las ciudades: una revisión de literatura

Manuela Ramírez Rodríguez
Universidad de La Sabana. Chía,
Cundinamarca, Colombia.
manuelararo@unisabana.edu.co

María Amanda de los Ángeles Celis
Universidad de La Sabana. Chía,
Cundinamarca, Colombia.
mariacesa@unisabana.edu.co

Liseth Vanessa Rodríguez Camelo
Universidad de La Sabana. Chía,
Cundinamarca, Colombia.
lisethroca@unisabana.edu.co

Hugo Alexander Rozo García
Universidad de La Sabana. Chía,
Cundinamarca, Colombia.
hugoroga@unisabana.edu.co

How to cite this article:

Ramírez Rodríguez Manuela; De los Ángeles Celis María; Rodríguez Camelo, Liseth; Rozo García, Hugo (2017) El grafiti como artefacto comunicador de las ciudades: una revisión de literatura. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, vol. 15-01. , pp.77-89

DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v15i1.812>

RESUMEN

Este artículo⁸ se constituye como una revisión descriptiva de enfoque cualitativo acerca de la conceptualización y evolución del grafiti en sus diferentes acepciones, ilustrando la evolución y diferentes perspectivas encontradas en publicaciones académicas que permiten develar la importancia como herencia cultural que emana de su propia naturaleza y la representación social y política que manifiesta. Para este fin, se tuvo en cuenta la producción académica comprendida entre los años 2000 y 2016 en torno al grafiti en las bases de datos Jstor, Communication & Mass Media Complete de Ebsco y Google Scholar. La revisión sistemática de literatura, permite evidenciar la situación actual del grafiti, haciendo un énfasis en ciudades que han gestado sus orígenes y orientado su evolución. Como principal resultado, se halló la importancia que representa actualmente dentro de un movimiento artístico que comunica y representa la identidad colectiva de las situaciones que atraviesa un contexto determinado, constituyendo a las ciudades como entornos que comunican.

Palabras Clave: Grafiti, Arte callejero, Expresión artística, Ciudades comunicativas.

Recibido: 20 de julio de 2016 / **Aceptado:** 12 de enero de 2017

⁸ El presente artículo de investigación nace dentro del Semillero de investigación de Competencia Digital de la Universidad de La Sabana como fruto a una revisión exhaustiva y sistemática de literatura en la temática desarrollada. El semillero viene trabajando desde agosto de 2015 en la temática de territorios inteligentes.

Graffiti as a Communication Artifact within Cities: a State of the Art

ABSTRACT

This article is a descriptive revision about the concept and evolution of graffiti, its different intakes and perspectives, illustrating its evolution and various standpoints found in academic publications that allow us to reveal its importance as a cultural inheritance emanated from its own nature and political and social aspects that it represents. The articles were taken from three different data bases: Jstor, Communication & Mass Media Complete from Ebsco and from Google Scholar; the time frame of publication was done from the year 2000 up to the year 2016, which allows evidentiary support for the current situation of graffiti emphasizing on the important cities of its origins and its evolution. As a result, we found the importance of graffiti within an artistic movement that communicates and represents a collective identity of the circumstances within a specific context, constituting cities as communicative environments.

Keywords: Graffiti, street art, artistic expression, and communicative cities or environments.

O graffiti como um meio de comunicação das cidades: uma revisão da literatura

RESUMO

Este artigo é uma revisão descritiva sobre o conceito e a evolução do graffiti em seus diferentes conceitos, ilustrando a evolução e perspectivas encontradas em publicações acadêmicas que nos permitem revelar sua importância como herança cultural emanada da sua própria natureza e dos aspectos políticos e sociais que representa. Para este fim, se tomou em consideração artigos publicados entre os anos 2000 e 2016, retirados de três bases de dados diferentes: Jstor, Communication & Mass Media Complete de Ebsco e do Google Scholar. Este intervalo de tempo permite evidenciar a situação atual do graffiti, enfatizando as cidades que lhe deram origem e orientado sua evolução. Como principal resultado, se verificou a importância do graffiti dentro de um movimento artístico que comunica e representa uma identidade coletiva das circunstâncias que atravessam um contexto específico, constituindo as cidades como ambientes comunicativos

Palabras chave: Graffiti, Arte de rua, Expressão artística, Cidades ou ambientes comunicativos.

1. Introducción

A través de la historia se ha evidenciado que el ser humano tiene una necesidad de expresión completamente inherente a su existencia. Existen diferentes formas y herramientas que permiten la libre expresión, en este sentido, se analiza el concepto del grafiti que emerge desde diferentes partes del mundo y en diferentes situaciones como un medio de expresión procurando desarrollar la conceptualización epistemológica, la evolución y su significado en el contexto y marco de las ciudades que lo reciben. Ésto se evidencia en el año 79 E.C, según Benefiel (2010), quien plantea que el grafiti no era el dominio del individuo, sino más bien tenía una naturaleza social siendo, generalmente, la labor de alguien que contribuía a una conversación.

Gándara (2002) define al grafiti como una práctica discursiva que “[...]se caracteriza por elegir como soporte una superficie que no está destinada a ser soporte de escritura. Esto diferencia al graffiti de muchos otros tipos de inscripciones, como las carteleras públicas, las pancartas o los carteles publicitarios o informativos.” (p. 35). A modo de complemento, Riggle (2010), citado por Papen (2012), plantea que el arte callejero hace referencia a los trabajos cuya utilización de las calles es indispensable para darle signifi-

cado a la representación. Tomando en cuenta lo anterior, se puede establecer que el grafiti hace parte del arte callejero puesto que se presenta como discurso en un espacio físico específico cuyo contexto contribuye a su sentido.

Con el fin de profundizar un poco, el grafiti tiene varias connotaciones y componentes que lo definen, entre ellas está el hecho de denominarse arte callejero y su asociación a la cultura del *Hip Hop*⁹, claro está que partiendo de un hecho real y tangible, puesto que en Estados Unidos, en los principios de la década de los ochentas, ambos conceptos (el grafiti y el *Hip Hop*) se consideraban sinónimos, siendo que los jóvenes de la época deambulaban por los barrios con latas de aerosol pintando las paredes (Bodunrin, 2014). Sin embargo, no son eventos aislados de determinados contextos o países, ni mucho menos un arte exclusivo de los Estados Unidos: en China, se decía que el líder Mao Zedong, en los años veinte (1920), había utilizado grafiti para sus slogans y pinturas durante sus años de revolución (Morwe, 2010; citado por Bodunrin, 2014). Así mismo, Lu Pan exploró la intersección de la cultura callejera junto con el espacio público y los medios de comunicación en China (2014). Pan expone que el grafiti tiene la capacidad de producirse, reproducirse, circular y ser

interpretado en diferentes tipos de espacios y en ciertos casos, demarca los lugares sin importar que estos sean privados o públicos, entrelazando aspectos estéticos y políticos que subyacen al momento de crearlo. En el caso de Venezuela, la situación política en los últimos años a la que se han visto ntado por muchos años, se encuentran innumerables problemas políticos con la dictadura de distintos organismos gubernamentales, además de los problemas sociales que han dado lugar a marchas y protestas; mediante el grafiti, los ciudadanos han plasmado sus inconformidades y han generado un sentido de descontento aún mayor en contra de sus gobernantes entre la ciudadanía (Sojo, 2003).

En la década de los setentas, el grafiti se mostró como una expresión política en Australia; surgió de la desobediencia civil que apoyaba la salud pública (Deitz, 2014) a través de un grupo que se denominaba “BUGA UP”, “Billboard Utilising Graffitists Against Unhealthy Promotions” cuyo objetivo era el activismo publicitario que, en este caso, modificaba la propaganda y publicidad del tabaco para mostrar los grandes problemas que causaba, advirtiendo los efectos perjudiciales para la salud. MacDowall, (2006) investigó el grafiti como herencia cultural en Melbourne, Australia, concluyó que aún existía la posibilidad de proteger este arte como una

⁹ Se define como “el conjunto de expresiones y significaciones artístico-contestatarias que toman lugar en el espacio urbano para explicitar públicamente sueños, ideales, y descontentos sociales propios de las condiciones socioculturales en las que se mueven sus ejecutores” (Moraga & Solorzano, 2005, p. 80).

herencia, pues en diferentes zonas se preservan y se celebran teniendo un buen recibimiento y acogida. En otras partes del mundo como en el sur de África, el grafiti ya existía pero siempre se denominó como un tipo “protesta” o “arte resistente”; ambos términos tienen una connotación política y son una parte esencial del grafiti alrededor del mundo, incluyendo a Colombia:

El grafiti como expresión social de denuncia y crítica, ayuda a descifrar el papel del arte en la sociedad colombiana, donde lo político devela un sin fin de alternativas y posibilidades dadas por la imaginación y el ingenio humano, para enlazar la memoria y la alteridad que en ella se cimienta, facultando estrategias de formación basadas en la continua crítica y el análisis de nuestro complejo mundo, por medio de la evocación y sus alcances, sus matices, sus colores y reflejos, sus perspectivas y percepciones, destacando una baraja de opciones para una constante proposición ante los dilemas y problemáticas que claman por oportunidades y valoraciones desde los horizontes individual y colectivo. (Chacón-Cervera & Cuesta-Moreno, 2013, p.76)

Se logra evidenciar en lo propuesto por Chacón y Cuesta que el grafiti en Colombia hace parte de su historia política ya que es un arte que refleja opiniones y perspectivas de la época que no se pueden ignorar.

Concretamente en Bogotá, el grafiti hace su aparición en torno a movimientos musicales y estéticos, principalmente por el Hip Hop en la zonas marginales de la ciudad al igual que en Estados Unidos. Respecto al contexto histórico y político, nace con la reforma constitucional del presidente Carlos Lleras, en la cual se buscaba un estado de desarrollo, pero que por el contrario generó inconformismos y muchas voces de protesta que fueron plasmadas en las calles a través de este arte callejero manifestando la protesta.

Este fenómeno ocurre de manera similar en Brasil, específicamente en Sao Paulo, donde el grafiti cubre y abarca una gran mayoría de la infraestructura de la ciudad y sirve a propósitos sociopolíticos (Iddings, McCafferty, Teixeira da Silva, 2011). Además, los artistas urbanos incorporaron a su estilo las tendencias de movimientos como el surrealismo y el arte abstracto propios de Europa y Norteamérica.

Hasta este momento, se puede generalizar el término “grafiti” como la representación de inscripciones caligráficas o imágenes dibujadas o grabadas en paredes, bien sean públicas o privadas (Salcudean, 2012). La calle se ha convertido en un mundo de imágenes donde el ciudadano con su capacidad perceptiva, se convierte en espectador, las imágenes afianzan y refuerzan su relación con el mundo visual y, además, mediante un modo estético, el individuo establece una relación

con la realidad que le rodea (Sánchez, 2010). El fenómeno del grafiti se muestra como un ejemplo de la influencia de las imágenes en la ciudad; éste nace como una manera de expresión moderna, donde subyace el reclamo colectivo, la creatividad y las ansias por transformar el entorno de la ciudad, tomando muros y haciendo caso omiso de las restricciones y de lo que es privado, llevando indiscutiblemente a libertad de expresión en medio de la ambivalencia que caracteriza las ciudades contemporáneas.

La globalización ha influenciado al grafiti con sus nuevas tecnologías y tendencias del arte callejero. El internet cambia la dinámica de este tipo de arte y las pandillas se convierten en comunidades virtuales que demuestran habilidades artísticas y computacionales, utilizando estos medios tecnológicos para darle mayor visibilidad e impacto. No obstante, no se pierde la esencia de protesta que contiene en su materia constituyente el arte del grafiti y si lo posiciona cada vez más como un medio masivo de expresión y comunicación aceptado y valorado por muchas personas. (Normann, 2008).

Con el fin de orientar la revisión de literatura se procedió a establecer la pregunta que condujo la investigación y fue ¿Qué percepciones tiene la ciudadanía bogotana sobre la cultura del grafiti? Fue necesario establecer una pregunta secundaria un poco más amplia que permitiera mirar el objeto de estudio de manera holísticas y fue ¿Qué es la cultura

del grafiti? De esta manera se pudo realizar un rastreo en el cual se conceptualizó el término, se revisaron diferentes perspectivas y se ilustró su evolución, contestando los interrogantes planteados.

2. Metodología

Se procedió a una revisión sistemática de artículos indexados en las bases de datos bibliográficas (Jstor, Communication & Mass Media Complete de Ebsco y Google Scholar) de acuerdo con lo que propone Hernández, Fernández, & Baptista (2014), como revisión de literatura con enfoque cualitativo y siguiendo los pasos de la modelo Big seis para recuperación de información de Eisenberg & Berkowitz (1990). Las palabras claves utilizadas fueron: cultura, grafiti y Bogotá. Se construyeron dos ecuaciones de búsquedas que se ejecutaron de la siguiente manera respectivamente, "Culture AND Graffiti" y "Culture Bogotá AND Graffiti Bogotá". Se aplicaron filtros por año de publicación para cada base de datos. En el caso de Jstor entre el 2000 al 2016, en Ebsco entre 2003 al 2015 y en Google Scholar desde el año 2012 hasta la actualidad. Se encontraron treinta y nueve artículos en inglés, portugués y español que fueron incluidos en una primera fase de revisión. En el momento de síntesis fue necesario excluir once artículos por no aportar al objetivo de estudio y ampliar el rango de tiempo en la plataforma de Jstor de tal manera que se encontrara un mínimo de diez artículos más,

de diferentes autores. Finalmente, la revisión se realizó con treinta y ocho artículos que permitían tener un suficiente marco de descripción del término en diferentes contextos y geografías que daban un buen espectro de exploración.

3. Discusión y resultados

Etimología del grafiti

El grafiti es un arte callejero presente en la mayoría, si no en todas las ciudades del mundo, por esta razón, algunos autores han considerado pertinente definirlo. Según Herrera y Olaya (2011) el autor José Cataña es quien más se acerca a definirlo considerándolo una forma artística que modifica los muros de la ciudad convirtiéndolos en lugares que acogen sorprendentes metamorfosis, haciendo, que este arte sea el que hace palpar a las ciudades. En este mismo sentido, Calvin (2016) retoma a Tucker (n.d) quien considera que la mejor forma de definir un grafiti es considerándolo una marca puesta en una propiedad pública o privada sin o con permiso.

En esta misma línea, Calvin (2016) cita a Belton (2001) y a Dennant (1997); el primero considera que el grafiti es una forma de arte moderno que apareció como una expresión oculta que logró a través del tiempo obtener reconocimiento, entre la comunidad, como un arte. El segundo reconoce que en un principio el grafiti fue considerado como una forma de vandalismo que llevó a que la sociedad lo rechazara pero logró ser

aceptado por todos con el correr del tiempo.

Por sus características particulares las imágenes que muestra el grafiti son complejas, según Brea (2005) retomado por Herrera y Olaya (2011) se pueden analizar como:

La cristalización y amalgama de un espeso trenzado de operadores (textuales, mentales, imaginarios, sensoriales, mnemónicos, mediáticos, técnicos, burocráticos, institucionales...) y un no menos espeso trenzado de intereses de representación en liza: intereses de raza, género, clase, diferencia cultural, grupos de creencias o afinidades, etcétera. (P. 101).

Lo cual implica que la interpretación del grafiti es completamente subjetiva y puede ser malinterpretada con facilidad; si no se conoce el contexto ni el motivo de la grabación, el mensaje recibido nunca será el mismo. Según Bowen (1999), el grafiti se puede tomar como una contribución a la comunidad; también explica que los participantes de su investigación buscaban demostrarle al público los aspectos positivos del grafiti y educarlos con respecto a los murales coloridos que podrían enaltecer la estética de la ciudad (Toronto, Canadá), de tal manera que el grafiti se manifieste como un medio de comunicación.

Es preciso considerar, además, que al interior del ámbito académico también se gestó una discusión sobre la necesidad de incluir el grafiti como un arte y uno digno de ser

estudiado en las aulas (Keys, 2008). Por consiguiente en algunas universidades fue preciso comenzar a incorporar formas innovadoras de incluir este arte en el estudio e inclusive pensar en aplicar los conocimientos en los casos particulares de las ciudades cercanas.

Graffiti: arte y camino comunicativo de protesta y pasiones

A raíz del valor protagónico que toma al interior de las ciudades, se convierte en un medio por el cual el lenguaje utilizado y las construcciones simbólicas presentadas, se transforman en el reflejo de la experiencia vivida por el artista canalizada a través de lo metafórico. Es por esto que Mouffle (2007) en Herrera y Olaya (2011), considera al graffiti como una forma, principalmente, de denuncia política:

[...] concibe “lo político” como la dimensión de antagonismo que considero constitutiva de las sociedades humanas, mientras que entiendo “la política” como el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político. (P.102).

En esta medida, es posible situar el arte callejero como una expresión artística cuyo objetivo es ser camino comunicativo de la crítica. (Herrera y Olaya, 2011). Dada esta situación para el artista callejero se hace imprescindible lograr una buena, o

acertada interpretación de las obras. Calvin (2016) retoma a Barrel (n.d) quien explica cómo es el procedimiento para la búsqueda del significado y el entendimiento, los cuales implican la generación mental de opciones que derivan en conclusiones lógicas. A modo de complemento, Gopnik (2011) plantea que el graffiti se utiliza como un medio de comunicación, y no solo con la intención de generar un cambio estético de la ciudad.

Cabe resaltar que el significado de un graffiti está determinado por el contexto en el cual se encuentra inmerso. Es por esta razón que puede ser considerada una manera importante para comprender lo más relevante del entorno de una ciudad y de su cultura. Al contribuir con esto, lo más importante es desarrollar el pensamiento crítico y reflexivo de la ciudadanía de tal forma que se puedan transmitir las diferentes posturas y que estas mismas interactúen entre sí logrando un acto comunicativo social-urbano más profundo. Además de hacer que sean esas posturas capaces de fomentar el diálogo informado.

Las técnicas del Graffiti como estrategia comunicativa singular

Por su impacto al interior de las ciudades, se hizo evidente la significativa necesidad de desarrollar una serie de técnicas o estilos que caracterizan al graffiti y le dan cierto aspecto. De acuerdo con Calvin (2016), existen nueve estilos de graffiti que se pueden diferenciar a partir de la

letra que se utiliza, el número de las mismas, su diseño y el grado de cobertura de un área urbana específica. Aquellos estilos de graffiti que se diferencian a partir del tipo de letra son los Tags, los Throw-up, los Pieces, los Wildstyle, y los 3D; siendo los tags los más simples y los más antiguos: son una firma unicolor que representa la identidad elegida por el artista para representarlo. El estilo Throw-up es una firma de tres letras que son la abreviatura de la firma original; se suelen hacer rápidamente en paredes externas o en trenes. A diferencia de los Throw-up, los Pieces tienen más letras y son de relleno; tienen la forma marcada más definida y muestran ser más elaborados. En cuanto al Wildstyle y al 3D, como sus nombres lo indican, el primero consiste en una serie de letras poco legibles que se conectan entre sí y representan un movimiento, mientras que el segundo da una ilusión de estar en tercera dimensión.

En cambio, los estilos como el Top to Bottoms, Whole Cars y Whole Trains, se diferencian por su tamaño y cobertura de ciertos espacios públicos. Top to Bottoms son los que cubren el alto de una pared del vagón del metro, dentro de este estilo también existen los End to Ends, que abarcan todo el ancho del vagón del metro. Por otro lado, los Whole Cars son las piezas que cubren la totalidad del vagón del metro, mientras que los Whole Trains, como su nombre lo indica, cubren el tren completo y se considera la forma de

arte más compleja del grafiti. El último estilo de grafiti, Calvin (2016) lo denomina Fading, que consiste en mezclar colores.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede decir que el grafiti posee características propias que inciden en su interpretación, estas facilitan la comunicación entre grafiti y observador. Las características del grafiti permiten enviar un mensaje al observador, el cual recibirá este mensaje según sus percepciones, ámbitos sociales y culturales, y experiencias propias, según Melo (2010). El grafiti como fenómeno se divide en varios tipos de grafiti: el político, el barrista, el pandillero y, el writing.

A partir de lo anterior, es posible ver que ha sido el paso del tiempo lo que ha favorecido al arte urbano, puesto que lo llevó no solamente a su expansión alrededor del mundo, sino que le otorgó una gran legitimidad. Esta última utilizada para ser otra forma de expresión entre aquellos que no tienen voz pero grandes opiniones en torno a los temas que aquejan a los ciudadanos.

Las siete valencias del grafiti

De acuerdo con Melo (2010) retoma a Silva (1968), existen siete valencias del grafiti, las cuales son: La marginalidad, en la cual el mensaje no se puede someter a lo oficial y por lo tanto guarda el ámbito privado; anonimato, el cual está ligado con la reserva de autoría; espontaneidad, se refiere a que hay un momento preciso en donde surge la intención expresiva para realizarlo;

escenicidad: en el cual se tiene un lugar elegido, el diseño, los materiales, colores y formas generales; velocidad, en el cual se debe hacer en un menor tiempo por seguridad; precariedad, ya que para plasmar el grafiti se utilizan elementos de bajo costo y fugacidad; duración no garantizada del grafiti. El grafiti puede contener material icónico, en donde el punto de vista semiótico, conserva una doble cualidad expresiva: la del mensaje verbal escrito, lo pictórico del dibujo, el color y la forma. En el grafiti la intención puede no estar claramente plasmada, ni el mensaje del autor, cada trazo es libre a la interpretación que el autor quiera dar a entender.

Por otro lado, el grafiti puede ser visto desde el punto de vista del ámbito de la ciudad, como una forma de ver y entenderla, en el cual el individuo está en constante evolución de sí mismo, entorno a sus raíces simbólicas. El grafiti, plantea Melo (2010) es usado como medio de expresión ciudadana, ya que posee características propias, las cuales facilitan su interpretación y comunicación; el grafiti como medio de comunicación, expresa un mensaje, el cual a su vez puede ser interpretado bajo las percepciones de quien lo está recibiendo, siendo el grafiti una herramienta de legitimidad y un medio de transmisión cognoscitiva.

Las percepciones de las nuevas generaciones, Guarnizo (2010), conllevan a un nuevo proceso de herencia de conocimientos, que generan

códigos, apreciaciones y estéticas que llevan a emplear las calles como un medio comunicativo; en donde el proceso de entender la ciudad, es parte de un proceso cultural y semiótico en el cual los jóvenes empiezan a crear, a través del grafiti una nueva forma de significar su cotidianidad.

Poniendo en común el sentir ciudadano

Como una breve contextualización del graffiti a lo largo del tiempo, se ha percibido una constante evolución de su significado, según la evolución cultural. El grafiti hace su primera aparición en París (Silva, 1968; citado por Melo, 2010). En Nueva York y en París, en los años 70, el grafiti era tomado como expresión urbana con características expresivas específicas y así mismo como un movimiento de los sectores populares, obreros, políticos y estudiantiles.

El grafiti en sus inicios florece como una expresión juvenil norteamericana de resistencia e identidad en la ciudad de Nueva York (Guarnizo, 2010), se percibió como contaminante, sucio, agresivo, anti estético, simbólico y crudo. Los jóvenes invaden la ciudad, especialmente el transporte público con sus nombres, mostrando así una generación desafiante, movida por hacer lo indebido, expresando a través del grafiti su esencia como individuo, como es en el caso del tag, que se utilizaba como forma de resistencia y expresión personal. En la actualidad, siguen siendo los jóvenes quienes

lideran el grafiti, por ejemplo en Estados Unidos se conoce que están entre los 12 y los 30 años de edad estando la mayoría por debajo de los 18 años (Kan, 2001). Además, constituyen grupos cuyo estilo de vida comienza a ser plenamente influenciado por el grafiti, incluyendo la forma de pensar, de vestir y de comportarse. Viendo en ellos también una normatividad compartida (Lutz, 2001).

En París, el grafiti surgió como consecuencia de una revolución estudiantil (Silva, 1968; citado por Melo, 2010), debido a las políticas que adelantaron en tema de ingreso a universidades públicas, particularmente por una política educacional planteada por Alain Savary, con la cual se pretendía que fuera fácil el ingreso, pero no la permanencia en las universidades públicas. Esto generó descontento entre estudiantes, lo que conllevó a revoluciones en donde los estudiantes plasmaron sus ideas de desacuerdo en las paredes de esta ciudad.

Posteriormente, en los años 90, se dio un cambio en el concepto del graffiti en ambos contextos geográficos, en París, en la primera ciudad el grafiti se enfocó en el nivel político y revolucionario, mientras que en Nueva York poseía una forma romántica, en la cual se comunicaban los derechos civiles y ambientales, el amor, la paz y la igualdad.

"[...]Jean Burgess terms, 'Vernacular Creativity' – a way of describing and surfacing creative practices that emerge from non-elite, specific everyday

contexts." (Light, Griffiths & Lincoln, 2012, p.342) Tomando el concepto de la creatividad vernacular como lo plantea Burgess, citado por Light, Griffiths, y Lincoln (2012), se puede establecer que el grafiti hace parte de ésta. El grafiti parte de la creación de imágenes en contextos del diario vivir, sea éste de luchas políticas, de cambios de comportamiento o de querer exponer un grabado netamente estético. Como una comunicación vernacular, también se puede transmitir en diferentes medios y con una gran variedad de intenciones; por ejemplo, Lombard (2013) sugiere que, hoy en día, es aceptable sacar provecho monetario de la creación del grafiti, definiendo una intención de ganancia financiera. Siendo así, se puede evidenciar el desarrollo del grafiti; si se formaliza un pago por el desarrollo del mismo, las ciudades podrían involucrarse en la comunicación oficial y externa para la comunidad.

Tendencias del grafiti en el mundo, una evolución de la comunicación de las grandes urbes

Actualmente, según Villarreal (2010), el graffiti tiene tres tendencias: la francesa, la japonesa y la neoyorkina. La francesa es la menos común, pero es la más antigua con aproximadamente cuarenta años, en este se plasman trazos de dibujo animado divertidos, por lo general sonrientes y pintados sobre muros claros. La neoyorkina es la más urbana, caracterizada por el vandalismo, orientada hacia el rompimiento de las reglas y es la más transgreso-

ra, ya que es realizada por tribus y pandillas. Esta tendencia se caracteriza por sus trazos rápidos ya que se teme a las represalias y va acompañada de una necesidad antiestética de afectar la señalización, las paredes limpias, los avisos publicitarios y los trenes; a modo de complemento, Duncan (2010) plantea que éstos tomaban un rol de murales en movimiento que viajaban de una estación a otra, cambiando la intención territorial del grafiti a una forma lineal de comunicación visual. Por último, la Japonesa, en la que se plasma anime de acción, sus figuras no son estáticas y siempre denotan autosuficiencia.

Por otro lado, Rauh (2013) explica que el grafiti del "Green Movement", que traduce a "Movimiento Verde", provocó una respuesta de la República Islámica en Iran en el 2011. El autor plantea que si no se hubiera manifestado la población por medio de estas representaciones, hubiese implicado una aprobación o un consenso de los mensajes de las oposiciones. Es decir que el pueblo no se hubiera tenido en cuenta dentro de las decisiones de la república si no comunicaban sus posiciones ante ésta. Como una señal de protesta, en Turquía, el arte callejero se esparció y se generó un orden estético por éste, es lo que plantean Tas y Tas (2014). Estos autores complementan esta idea inicial al sugerir que el arte callejero es altamente espontáneo por su naturaleza, lo cual permite que un pequeñísimo espacio de espacio público urbano

se convierta en un sitio de protesta y de resistencia sin necesidad de utilizar materiales sofisticados.

Reformas, injusticias y violencia: la historia de una Bogotá que encontró en el grafiti un artefacto comunicador

En años posteriores, el graffiti hace su aparición concretamente en Bogotá (Melo, 2010). En cuanto a su surgimiento en el contexto histórico, nace por la reforma constitucional de 1968, a cargo del mandato presidencial de Carlos Lleras, en la cual se buscaba un estado de desarrollo, pero por el contrario, la reforma trajo consigo problemas sociales, culturales y económicos, ya que en esta se evidenciaba un fortalecimiento del poder ejecutivo a costa del perjuicio del desarrollo regional. En cuanto al aspecto social, la clase obrera fue la más perjudicada y constantemente convocaba a luchas armadas, dando lugar a la conformación de la guerrilla en Colombia en los años sesentas. Por otro lado, en el aspecto económico se proponen cuatro estrategias en la reforma, las cuales tenían como objeto principal la migración de los campesinos a las ciudades, ya que el gobierno consideraba que la mano de obra campesina no era calificada.

En los años setenta, el graffiti tuvo un crecimiento debido al fortalecimiento de posturas políticas e ideológicas basadas en principios de igualdad y equidad social. Pero a medida que el grafiti tomaba fuerza, se fue extendiendo como una acción prohibida y arriesgada, contrario a

lo oficial. Posteriormente, Bogotá vivió el surgimiento de nuevas tendencias estéticas y musicales, como el rock, punk y el Hip Hop, el último creció especialmente en los sectores más marginados de la sociedad donde la pobreza era evidente, como Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Santa fe y las cruces. De estos movimientos musicales, especialmente del último, surge el grafiti como medio de expresión con elementos alusivos como micrófonos, las canecas de basura, los b-boys, bailarines de break dance, el cigarrillo de marihuana, las pistolas y demás imágenes relacionadas con el Hip Hop.

Encontrándose, además, en un dilema muy común entre sí la legislación debe proteger los valores concernientes a la propiedad privada, a la seguridad e inclusive a algunos intereses de la comunidad (Mettler, 2012). Se hace evidente que esta es una duda que aqueja a todas las autoridades de las ciudades donde las personas que realizan un grafiti saben que pueden ser penalmente castigados pero también la importancia ya ganada del grafiti como un arte legítimo. En el caso de Colombia ya existe una normativa vigente en parte porque se ha comenzado a ver cómo se va a recopilando la memoria histórica colectiva.

Así mismo, el graffiti hace parte de la historia del conflicto que Colombia ha vivido por más de 50 años. En el centro de la ciudad de Bogotá, donde se encuentran localizadas las entidades gubernamentales más importantes de la ciudad, desde mi-

nisterios hasta la casa presidencial, se encuentran diversos grafitis que involucran directa o indirectamente diferentes actores del conflicto armado como el gobierno (Mendoza, 2013). Por otro lado, existe un factor clave para la llegada del grafiti y es el surgimiento de Internet, el cual fue un detonante que sirvió como una herramienta informativa y comunicativa con el fin de obtener información del grafiti y compartir con otras personas su manera de entenderlo con el fin de replicarlo en la ciudad.

Mensajes en la pared, el arte que refleja la actualidad de Bogotá

Actualmente, el grafiti en Bogotá se entiende como medio de comunicación, el cual puede ser interpretado de distintas maneras, ya que el observador está en toda la libertad de darle un significado libre a la obra que está plasmada en la pared (Melo, 2010), es por esto que cuando el autor del grafiti plasma su mensaje en la pared se aumenta el potencial comunicativo, ya que el grafiti cobra vida al ser observado, además, las características propias del grafiti permiten enviar un mensaje al observador, el cual recibirá este mensaje según las percepciones que tenga en cuanto al ámbito social y cultural que experimenta en la ciudad, además de experiencias propias.

A nivel general, el grafiti no solo expresa inconformismos, también muestra otra cara de la sociedad multicultural, lo que conlleva a un

multilingüismo y se expande hacia la transculturación. Según Guarnizo (2010) hoy en día se construyen interpretaciones del grafiti como una cultura global, sin embargo es claro que su origen define pautas en cuanto a su estructura y su contexto específico que es distanciado de lo temporal y espacialmente del local lo cual conlleva a que sea imposible aplicar el grafiti en coyunturas alejadas como lo es Bogotá. Para contrarrestar esta opinión, encontramos que recientemente en Bogotá, el gobierno promovió espacios para que los grafiteros pudieran realizar sus obras de forma abierta y en ciertos aspectos destinados para ellos. Lo cual ha generado posiciones opuestas.

4. Conclusiones

El grafiti y las ciudades comunicativas

Es evidente que el grafiti va más allá de ser un simple dibujo o marca sobre la pared de una ciudad. Si se habla del arte urbano como tal, el concepto, “graffiti” puede ser utilizado para definir tanto los tags¹⁰ como los murales en vez de diferenciarlos; lo cual genera polémica. Clüver (2011) plantea que el arte moderno y los murales callejeros tienen concepciones diferentes, el primero se toma como vandalismo y el segundo como arte legítimo; siendo que

toma el vandalismo como un concepto que se referencia a si mismo, mientras que el arte legítimo de los murales callejeros es aquel que demuestra algún tipo de alegoría. En contraparte, Encheva, Driessens y Verstraeten (2013) sugieren que el vandalismo en forma artística se ha manifestado en la cultura popular, lo cual permite que pierda su connotación “criminal” o “delincuente”.

Cuando el autor del grafiti plasma su mensaje en la pared, el dibujo cobra vida al ser observado y sus características permiten enviar un mensaje indeterminado al observador. Este último lo recibe según las percepciones que tenga con respecto al ámbito social y cultural que vive en la ciudad, además de experiencias propias. Son estos mensajes indeterminados los que contribuyen a desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo de la ciudadanía, ya que, como plantea Hutson (2011), el grafiti involucra la imaginación y la fantasía además de las interacciones formativas entre las personas, los lugares y las cosas. Existen varios autores que han dedicado sus estudios al origen del graffiti y a definirlo como un arte de origen callejero, que genera malestar en la cultura, pues expresa lo que otros medios no publican, tratando de eliminar toda censura, esto ocasiona comentarios, juzgamientos y hasta incluso su borrado, lo cual evidencia una inclinación por atacar eso que podría

denominarse cultura (Muñoz, Calvache & Valencia, 2015). Su rápida expansión alrededor del mundo y su valor comunicativo entre los ciudadanos demuestra que trasciende de un simple rayón en la pared.

Entonces, el graffiti es el lenguaje mediante el cual las personas buscan expresar su inconformismo y realidades políticas, sociales e ideológicas. Década tras década, ha trascendido como movimiento cultural y actualmente en las modernas sociedades, es una clara, precisa y contundente respuesta a una necesidad de expresión presente y culturalmente aceptado. Por esto el graffiti ha puesto un precedente en el futuro de las manifestaciones culturales que dan paso a los fenómenos de comunicación. Se deben brindar soluciones al problema de comunicación presente entre grafiteros y habitantes, a través de medios adecuados para el entendimiento mutuo, entendiendo al graffiti como medio de comunicación y dejando la idea de vandalismo (Lopera y Coba, 2016).

El grafiti en cada uno de los países ha adoptado diferentes estilos, producto de su intrínseca conexión con el contexto. Es por esto, que en muchas ocasiones ha logrado ser el mejor aliado y protagonista de las revoluciones o conflictos del mundo. Por ejemplo, el conflicto palestino-israelí en el cual ambas culturas utilizaron el grafiti como artefacto

¹⁰ Los tags constituyen el inicio y la base del graffiti y “el objetivo era escribir los nombres o un mensaje corto y significativo el mayor número de veces posible” (Mora, L., 2009, p.23).

para expresar su descontento con la situación (Hanauer, 2011), o en París cuyas demostraciones de graffiti se enfocan a nivel político y revolucionario y en Nueva York, donde el graffiti adquiere una forma romántica a través de la cual se comunicaban derechos civiles, ambientales, el amor, la paz y la igualdad. Sin embargo, se hace evidente que el estilo se expande a través del mundo, cumpliendo con las valencias del graffiti que lo definen como rebelde, efímero, técnico y fugaz. Lo anterior incluye a Colombia con la tendencia del Hip Hop marcando a aquellos que participan en los actos “vandálicos”, como todavía muchos consideran que son, al crear este tipo de arte urbano. Específicamente en Bogotá, el graffiti ha impactado y se ha convertido en el artefacto por el cual los ciudadanos comunican sus inconformidades con el gobierno y con la sociedad.

La evolución del graffiti ha sido clave para identificar los cambios del concepto a través del tiempo, pero no muestra una definición absoluta de lo que quiere decir. Lo que sí es claro es que el graffiti es una expresión artística que reclama un espacio en la ciudad. Puede querer ir en contra del gobierno, de entidades corporativas o de productos; pero siempre es una manifestación de lo que el autor piensa sobre su contexto, es una exploración de la identidad personal del autor creada para visualizarla en público (Whitehead, 2004). Además, se muestra como un proceso cultural y semiótico creado

por los jóvenes que le dan un significado a su cotidianidad, de tal manera que el graffiti adquirió una gran legitimidad.

En Silves, Brasil, tras una investigación de la hegemonía en las plazoletas de las ciudades y el graffiti callejero como puntos de resistencia y el flujo de comunicación interactiva, Miladi (2015) concluye que los espacios públicos pueden transformar las relaciones sociales de manera que contesten a la orden gubernamental existente. Siendo así, se podrían definir las ciudades pintadas por graffiti como ciudades comunicativas; un nuevo término que se propone derivado de esta revisión, para los espacios que cuentan con arte urbano que exige ser escuchado, observado y/o considerado por la sociedad, enviando mensajes que permitan una reflexión sobre las ocurrencias de la ciudad. Se sugiere, como investigación a futuro, abarcar este nuevo término (ciudades comunicativas) en un contexto académico que analice el fin de las ciudades estáticas y el surgimiento de aquellas donde la comunicación prevalece.

Referencias

Benefiel, R. R. (2010, January). Dialogues of Ancient Graffiti in the House of Maius Castricius in Pompeii. *American Journal of Archaeology*, 114, 59-101.

Bodunrin, I. (2014). Rap, graffiti and social media in South Africa today. *Media Development*, 10-15.

Bowen, T. E. (1999). Graffiti Art: A Contemporary Study of Toronto Artists. *Studies in Art Education*, 41, 22-39.

Calvin, L. M.. (2005). Graffiti, the Ultimate Realia: Meeting the Standards through an Unconventional Culture Lesson. *Hispania*, 88(3), 527-530. <http://doi.org/10.2307/20063155>

Chacón-Cervera, J. C., & Cuesta-Moreno, O. J. (2013). El graffiti como expresión artística que construye lo político: pluralidad de mundos y percepciones. Una mirada en Bogotá. *Revista Nodo No. 14*, 7, 65-76.

Clüver, C. (2011). On Modern Graffiti and Street Murals Metareferential Aspects of Writings and Paintings on Walls. *International Ford Madox Ford Studies*, 10, 279-303.

DaSilva Iddings, A., McCafferty, S., & Da Silva, M. (2011). Consistentização Through Graffiti Literacies in the Streets of a São Paulo Neighborhood: An Ecosocial Semiotic Perspective. *Reading Research Quarterly*, 46(1), 5-21. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41038743>

Deitz, M. (2014). Cut and Paste: Australia's Original Culture Jammers, BUGA UP. *Global Media Journal Australian Edition*, 1-10.

Duncan, C. H. (2010). Graffiti's Vasari: Jack Stewart and Mass Transit Art. *Archives of American Art Journal*, 49, 40-49.

Eisenberg, M., and R. Berkowitz.

1988. Curriculum initiative: an agenda and strategy for library media programs. Norwood, N.J.: Ablex.

Encheva, K., Driessens, O., & Verstraeten, H. (2013). The media-tization of deviant subcultures: an analysis of the media-related practices of graffiti writers and skaters. *Journal of media and communication research*.

Gopnik, B. (2011). Revolution in a Can: Graffiti is as American as apple pie, but much easier to export. *Foreign Policy*, 189, 92-93.

Guarnizo, N. (2010). Escribiendo en las paredes discurso histórica y herencia cultural del grafiti en Bogotá. Repository Javeriana. <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/6637/1/tesis167.pdf>

Hanauer, D. I. (2011). The discursive construction of the separation wall at Abu Dis grafiti as political discourse. *Journal of Language and Politics*, 301-321.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana. x

Herrera, M. and Olaya, V. (2011). Ciudades tatuadas: arte callejero, política y memorias visuales. Bogotá: Nómadas.

Hutson, S. R. (2011). The Art of Becoming: The Graffiti of Tikal, Guatemala. *Latin American Antiquity*, 22, 403-426.

Kan, K. (2001). Adolescents and Graffiti. *Art Education*, 54(1), 18-23.

doi:10.2307/3193889

Keys, K. (2008). Contemporary Visual Culture Jamming: Redefining Collage as Collective, Communal, & Urban. *Art Education*, 61(2), 98-101. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/27696284>

Light, B., Griffiths, M., & Lincoln, S. (2012). 'Connect and create': Young people, YouTube and graffiti communities. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26, 343-355.

Lombard, K.-J. (2013). From Subways to Product Labels: The Commercial Incorporation of Hip Hop Graffiti. *Visual Communication Quarterly*, 20, 91-103.

Lopera Molano, Á. M.; Coba Gutiérrez, P. (2016) Intervención del espacio público: percepción ciudadana del grafiti en la ciudad de Ibagué, Colombia, *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe, 14 (01), pp. 55-71

Lutz, J. (2001). Taking up Space: An Interview with Bio of TATS CRU, Inc. *Dance Research Journal*, 33(2), 102-111. doi:10.2307/1477807

MacDowall, L. (2006). In Praise of 70K: Cultural Heritage and Graffiti Style. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 471-484.

Melo, K. (2010). El grafiti: Producción de sentido y recepción cultural en Bogotá. Repository Javeriana. <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/5896/1/tesis593.pdf>

Mendoza L, S. M. (2013) UP Trabajo Práctico Diseño y Comunicación. El conflicto armado en los grafitis de Bogotá. http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/111mendoza.pdf

Mettler, M. (2012). Graffiti Museum: A First Amendment Argument for Protecting Uncommissioned Art on Private Property. *Michigan Law Review*, 111(2), 249-281. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41703441>

Miladi, N. (2015). Alternative fabrics of hegemony: City squares and street graffiti as sites of resistance and interactive communication flow. *Journal of African Media Studies*, 7 (2), 129-140.

Mora, L. (2009) El Graffiti como cultura artística transfronteriza. Poliniza 2008 un caso de estudio. Universidad Politécnica de Valencia, 2-78. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/11805/Tesis%20Liliana%20Mora.pdf?sequence=1>

Moraga, M., Solorzano, H., (2005). Cultura Urbana Hip-Hop. Movimiento contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. Última Década ejemplar 23, 77-101. <http://www.scielo.cl/pdf/udecada/v13n23/art04.pdf>

Muñoz, J., Calvache, L., & Valencia, G. (2015). El grafiti como malestar cultural. *ConTextos Humanidades & Ciencias Sociales*, 4 (13), 31-37.

Normann, J. (2008). Urban Wall Language. *International Journal*

of Multilingualism , 5 (3), 237-252.

Pan, L. (2014). Who is occupying wall and street: graffiti and urban spatial politics in contemporary China. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* , 28 (1), 136-153.

Papen, U. (2012). Commercial discourses, gentrification and citizens' protest: The linguistic landscape of Prenzlauer Berg, Berlin. *Journal of Sociolinguistics* , 56-80.

Rauh, E. L. (2013). Thirty Years Later: Iranian Visual Culture from the 1979 Revolution to the 2009 Presidential Protests. *International Journal of*

Communication 7 , 1316-1343.

Sălcudean, I. N. (2012). Art and Vandalism. CrossBreeding of Street Art (re)interpretation of street art from a sociological, aesthetical and interactivity perspective. *Journal Of Media Research*, 5(1), 45-60.

Sánchez Prada, A. (2010). Significados culturales del grafiti a la luz de la narrativa de grafiteros bogotanos. Repository Javeriana. <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/8022/1/tesis105.pdf>

Sojo, I. A. (2003). El grafiti en la V República Venezolana. *Estudio del*

grafiti sobre asuntos públicos. *Revista Latina De Comunicación Social*, 6(55), 1-20.

Tas, T., & Tas, O. (2014). Resistance on the walls, reclaiming public space: Street art in times of Political turmoil in Turkey. *Interactions: Studies in Communication & Culture* , 5 (3), 327-349.

Villarreal, K. (2010). Capital Graffiti. *Bogotadeo*, 1-7.

Whitehead, J. L.. (2004). Graffiti: The Use of the Familiar. *Art Education*, 57(6), 25-32. <http://doi.org/10.2307/27696041>