

La Ciudad como Comunicación

Armando Silva Tellez

-elaboración de una teoría sobre el graffiti en las ciudades contemporáneas, con especial referencia a ciudades colombianas y latinoamericanas, y la evolución de sus argumentos hasta la formulación de una tesis integral sobre la ciudad intercomunicada por territorios urbanos.

I. DEFINICION DEL GRAFFITI Y NUESTROS ESTUDIOS PRELIMINARES

Durante la década de los ochenta el graffiti se fue extendiendo con características muy precisas en distintos países del continente, generándose no sólo una frecuencia destacada, sino una estilística que nos permite hablar de un nuevo momento contemporáneo del graffiti. En el presente ensayo, que gentilmente me ha solicitado la revista DIA-LOGOS, con el fin de que en él señalara la formación de una teoría sobre la cual coinciden varios intereses para los estudiosos de la comunicación social, quisiera poner en evidencia las condiciones que me condujeron, en diversos escritos elaborados al respecto, para plantear una definición del graffiti; en tal definición que pretendo, hasta la fecha inexistente, me propongo contemplar tal clase de inscripciones dentro de las otras que las acompañan a lo largo de la epidermis de cualquier ciudad. Del mismo modo, también es nuestra intención destacar aspectos culturales y sociales que sirvieron de fermento y trasfondo en América Latina -y muy especialmente en Colombia- para que se diese tal sobredimensión graffiti, hasta el punto que desarrollar un estudio sobre tal fenómeno se convirtió en una necesidad académica y teórica impostergable.

Entre 1978 y 1982, recogimos en distintas ciudades colombianas una muestra de gran tamaño que nos permitió observar detenidamente el comportamiento gráfico, expresivo y comunicativo del graffiti. Posteriormente se propuso su estudio sistemático, para lo cual abrí distintos seminarios en los que el tema era precisamente el graffiti como acontecimiento social, político o artístico y plástico (1). Las experiencias y deducciones de tal investigación se publicaron en mi libro *Una ciudad imaginada graffiti y expresión urbana* (publicado por la Universidad Nacional de Colombia en 1986). En esa publicación propuse un sistema de valencias e imperativos que, al poner en funcionamiento de manera dialéctica e interactiva, nos daría una definición de aquel conjunto de mensajes urbanos que de manera empírica y bajo un reiterado sentido común de asociar e identificar al muro, se acostumbra a denominar graffiti.

En realidad, luego de consultar la reducida bibliografía existente, principalmente en español, inglés, francés e italiano, tomamos conciencia del gran vacío al respecto, pues prácticamente los estudios existentes, correspondían a muestras fotográficas en la mayoría de los casos y en otros a análisis cortos publicados como ensayos o artículos, en los cuales el enfoque era más de tipo sociológico o psicológico. Las publicaciones hechas como libros, correspondían a recolecciones de inscripciones hechas en sitios históricos o turísticos, o recolección de tales mensajes escritos en los sanitarios o incluso pequeños libros sobre las inscripciones de presos o enfermos mentales, examinados por profesionales como manifestación de conductas desviadas o patológicas. Una amplia bibliografía acompaña mi libro mencionado donde doy cuenta de tales estudios.

De tal suerte propusimos un esquema de análisis que pudiese entrar a definir el graffiti como proceso comunicativo, de características muy específicas y que, si bien partía inicialmente de una muestra tomada en las ciudades colombianas, la extensión de su definición debería cubrir el género graffiti, en sentido universal, sin importar el lugar o ciudad de origen. Como es apenas obvio, existirán ciertas características históricas y regionales que cualifican tal tipo de comunicación de una manera peculiar pero sólo a partir de comprender el graffiti como género, podríamos argumentar las distintas mentalidades locales que nutren y estructuran tal fenómeno urbano y contemporáneo.

Nuestro estudio y proceso lógico llegó a la siguiente conclusión: para que una inscripción urbana pueda llamarse graffiti debe estar acompañada por siete valencias que actúan a manera de correlatos: Marginalidad; anonimato; espontaneidad; escenicidad; precariedad; velocidad y fugacidad. Las tres primeras son pre-operativas, esto es, existen previamente a la misma inscripción, por lo cual no habrá graffiti si no le antecede el conjunto de las tres condiciones. La marginalidad traduce la condición del mensaje de no caber dentro de los circuitos oficiales, por razones ideológicas o simplemente por su

manifiesta privacidad. El anonimato implica una necesaria reserva en la autoría, por lo cual quien hace graffiti actúa, real y simbólicamente enmascarado. La espontaneidad alude a una circunstancia psicológica del grafitero de aprovechar el momento para la elaboración de su pinta y también al hecho mismo de su escritura que estará marcada por tal espontaneismo.

El grupo de las siguientes tres responde más bien a circunstancias materiales y de realización del texto, por lo tanto las consideramos operativas; la escenicidad apunta a la puesta en escena, el lugar elegido, el diseño empleado, los materiales y colores utilizados y las formas logradas, con todas las estrategias para lograr impacto; esta valencia atiende entonces a la teatralización del mensaje dentro de la ciudad. La velocidad atiende al mínimo tiempo de elaboración material del texto, por razones de seguridad de sus enunciantes o por la presuposición de poca importancia que se le otorga a su escritura. Con precariedad queremos decir el bajo costo de los materiales empleados y todas las actividades que rodean al acto graffiti de poca inversión y máximo impacto dentro de circunstancias efímeras.

La última valencia corresponde a su vez a un último grupo que consideramos pos-operativo: la fugacidad actúa una vez y posteriormente a realizada la inscripción se puede considerar como la valencia que asume el control social, pues entre más prohibido sea aquello que exprese; más rápidamente tendrá que borrarse el respectivo mensaje por parte de los individuos que ejerzan tales funciones de control, bien sea la misma policía, (guardias) particulares o la misma ciudadanía que se sienta lesionada o denunciada. Así, con fugacidad entendemos la corta vida de cada graffiti, el cual puede desaparecer en segundos, o ser modificado, o recibir una inmediata y contundente respuesta contraria a su inicial enunciado.

Dicho lo anterior podrá comprenderse nuestra definición: la **inscripción urbana que llamamos graffiti corresponde a un mensaje o conjunto de mensajes, filtrados por la marginalidad, el anonimato y la espontaneidad y que en el expresar aquello que comunican violan una prohibición para el respectivo territorio social dentro del cual se manifiesta.** (*Una ciudad imaginada: Graffiti y expresión urbana*; P.28 y Sts., Bogotá. U.N., 1986). De este modo el graffiti corresponde a una escritura de lo prohibido, género de escritura poseído por condiciones de perversión, que precisamente se cualifica entre más logra decir lo indecible en el lugar y ante el sector ciudadano que mantiene tal mensaje como reservado o de prohibida circulación social.

De acuerdo con lo dicho sus vínculos con la denuncia política son naturales, pero tal conjunto de mensajes no se agotan en ello, pues la dimensión política ha constituido un alimento fundamental que ayuda a estructurar el graffiti contemporáneo, pero no es su único patrimonio. Puede existir graffiti sin denuncia política, por lo menos en el sentido explícito de la palabra política, y justamente de eso hablamos en la nueva dimensión del graffiti en América Latina. No se trata de no ser político, sino de acompañar la política, no bajo el signo de la denuncia contestataria sino exaltando la creatividad, insistiendo en la forma o practicando el humor corrosivo, como en el uso de otros instrumentos en la manera de confrontarse los ciudadanos con el acontecer de su país o ciudad.

Apareció necesario, entonces, agregar una serie de imperativos a nuestro sistema, que nos ayudasen a concebir las causas que engendraban cada una de las valencias. Fue así como se propuso el imperativo comunicacional que actuaba en correlación con la marginalidad; el ideológico que originaba el anonimato; la causa psicológica presente en la espontaneidad, lo anterior para cubrir las valencias que ya habíamos depuesto como pre-operativas. Al seguir con las siguientes ubicamos este funcionamiento; la valencia escenicidad es consecuencia de un imperativo estético; la precariedad lo es de razones económicas y un aspecto físico y material subyace a la valencia velocidad. El último, considerado pos-operativo, tiene en lo social mismo su imperante, por lo cual las circunstancias sociales de cada momento y en el respectivo lugar o territorio urbano, se dan las condiciones para considerar algo como socialmente prohibido o permitido. Se podrá comprender ahora que **una inscripción no es graffiti per se**, sino dependiendo de las circunstancias sociales e históricas dentro de las que se conciba su mensaje; de la misma manera lo que comenzó siendo graffiti puede que mañana no lo sea, o de la misma manera lo que es graffiti en una comunidad, puede que en otra, aun dentro del mismo tiempo y en la misma ciudad, no le corresponda tal cualificación.

Lo anterior lo puedo ilustrar con dos ejemplos. El graffiti producido contra el odiado general Somoza, antes de que los sandinistas tomaran el poder, pudo ser plenamente cualificado, esto es entrar con todo rigor dentro de nuestro sistema de valencias pre-operativas y su posterior control por la fugacidad, como consecuencia del control de los guardias somocistas sobre los muros urbanos. Pero una vez que los muchachos de la revolución sandinista ejercen el poder central, con control militar e ideológico, lo que ahora

escriban en diatriba del despreciado general y en favor de su causa revolucionaria, ha dejado de ser graffiti y más bien entra a formar parte de mensajes publicitarios elaborados en los muros de la ciudad. De otra parte, si con el ánimo de escandalizar a los ciudadanos, unos artistas dibujan algún órgano sexual en una pared cualquiera de la ciudad, por ejemplo dentro de un colegio, ojalá femenino y regentado por religiosas, pues van a producir un tipo de graffiti oprobioso, contra la buena moral de la institución. Sin embargo, ese mismo dibujo obsceno colocado en una pared de una escuela de artes, puede tornarse objeto de contemplación y su función puede estar más bien dirigida a una práctica sobre dibujo anatómico. De este modo, en el primer caso podemos hablar de publicidad mural, en el segundo de dibujo mural y no de graffiti, de lo cual puede desprenderse una gran consecuencia lógica: **no todo lo que se escribe o dibuja en una pared o muro urbano es un graffiti.**

Dentro de la segunda edición del texto *Graffiti: una ciudad imaginada* (Tercer Mundo editores, 1988), como parte de su revisión, acometimos la labor de especificar de qué se trataba, de qué clase de inscripciones se trataba, cuando se elaboraba cualquier texto sobre un muro urbano pero aquél no correspondía con propiedad a un graffiti. Al continuar con nuestro esquema básico de valencias pre-operativas, necesarias para hablar de enunciado-graffiti, precisamos que si se carecía de todas las consideradas como básicas (la marginalidad, el anonimato y la espontaneidad), no había comunicación graffiti. No obstante pudiese ser que faltase una de éstas y entonces se perdía su plena cualificación, para ocasionar un tipo de mensaje graffiti, pobre como tal, pero originando otro tipo de mensaje intermediario.

Nacieron de tal modo la Información, el Manifiesto y el Proyecto Mural. Técnicamente lo podemos explicar de la siguiente manera: la inscripción urbana que carece de marginalidad, puede más bien ser denominada Información Mural; si falta de anonimato puede bien denominarse un Manifiesto Mural y si excluye la espontaneidad, por oposición a espontáneos, podemos denominar Proyecto Mural. Lo anterior traduce que el graffiti plenamente cualificado posee todas las valencias en máxima tensión, pero el graffiti pobre puede carecer de una de ellas y se producen los otros fenómenos intermediarios aludidos.

De acuerdo con lo dicho, dentro de un muro urbano puede existir información mural con o sin cualificación graffiti, como sería esta última escribir en una pared para anunciar una conferencia en un centro universitario, pero puede ocurrir que en tal conferencia se adelante un programa revolucionario que haga imperisible su sentido y orientación. De la misma manera cualquier partido político puede hacer Manifiestos sobre las paredes, pero si tal manifiesto, firmado por una organización legal, en virtud de acontecimientos posteriores, como una nueva disposición que la declara ilegal (es el caso del grupo M-19 en Colombia durante el período de tregua y su posterior reingreso a la guerrilla), sobreviene la consecuencia de que su manifiesto reingresa a la constelación de los mensajes graffiti, lo cual, según las circunstancias, va desde pobre a plena cualificación. Esto último cuando ya cualesquiera de sus mensajes corresponden al ámbito clandestino e ilegal y por tanto excluyente de la visión y del conocimiento ciudadano.

Para concluir la lista de la pobre cualificación, podemos hablar de Proyectos Murales sin cualificación, como son todas las figuraciones artísticas o bodegones que hacen sobre calles o puentes estudiantes de artes o trabajadores, por lo general con permiso de las autoridades del barrio o alcaldía; pero puede ocurrir que el proyecto mural adquiera dimensiones ilegales o que viole alguna manifiesta prohibición como por ejemplo aclamar en un dibujo alguna posición contraria al querer del gobierno, como sucedió en la Argentina de los generales, cuando aparecieron figuras callejeras burlándose de su derrota de las Malvinas, mientras antes buena parte del pueblo creyó en su posible victoria. En este caso hablamos de proyecto, pues de lo que carece tal actividad plástica es de espontaneidad, pues los habitantes tuvieron todo el tiempo para hacer y planear el dibujo pro-malvinas y sólo luego, las circunstancias forzaron para que el mismo dibujo reelaborado ahora, se volviese en contra de la causa inicial. Una vez especificadas las modificaciones que introdujimos para aclarar la pobre y plena cualificación del graffiti, también tuvimos que ampliar nuestra definición de muro (del latín *murus*), en el sentido más general de límite de una ciudad, de un lugar circunscrito por una frontera y se puede aducir entonces, "todas las superficies de los objetos de la ciudad como -lugares límites- eventuales espacios de inscripción y representación" (*Graffiti: ciudad imaginada* Sda. ed. 1988; P.32). Pero entonces, ubicados de frente a la semántica graffiti tenemos que admitir que los muros urbanos no son sólo ocasión del graffiti; se mueven más bien dentro de dos constelaciones simbólicas, aquella que expresa lo permitido y la otra que manifiesta o divulga lo prohibido.

Los dos extremos de tales constelaciones podemos leerlos según un esquema topográfico, de izquierda a derecha y de arriba a abajo: En la izquierda y abajo, ubicamos los mensajes graffiti de plena cualificación. El

término izquierda no alude a una concepción partidista, sino a todo aquello que de frente a cualquier concepción política, moral, religiosa y hasta idiomática que ocupe una centralidad, es violentado por un mensaje que en tal circunstancia actúa como lateral y marginal. El graffiti cualificado, en tal sentido, siempre es de izquierda, respecto al sistema ideológico que combate, así sea la inscripción contra un gobierno izquierdista, que en cuanto gobierno consolidado ocupa la posición central.

Al seguir con nuestra línea topográfica ubicamos el graffiti pobremente cualificado: Información, Manifiesto y Proyecto Murales. Si continuamos hacia arriba nos encontramos con los textos intermediarios mencionados, pero ahora sin cualificación graffiti. En la parte alta posterior derecha, tendríamos todos aquellos enunciados de construcción positiva, siendo su paradigma fundamental, todos aquellos alusivos a la publicidad.

La conclusión consiste en considerar, que en los mensajes urbanos elaborados dentro de los límites del muro, según ya aclaramos, se mueven distintas clases de anuncios, que van desde la construcción negativa del graffiti, hasta la construcción positiva de la publicidad, con sus respectivas influencias e interacciones.

Mientras el graffiti busca impactar racional o afectivamente, para generar dudas y sospechas respecto a lo establecido dentro de las fronteras de un territorio, la publicidad pretende, especialmente con recursos emotivos, el consumo de un producto o imagen. Si ello es así, podemos comprender sus mutuas influencias e incluso descalificaciones dentro de tales dos constelaciones simbólicas: puede ser que el graffiti devenga en publicidad cuando la organización ya establecida se sigue promoviendo por medio de los avisos murales (caso de los sandinistas ya mencionado); también puede hacerse publicidad mural, como es el caso de varios de nuestros candidatos antes de las elecciones y en tal situación se trata simplemente de publicidad.

Pero también pueden darse los fenómenos contrarios, como sería la publicidad que luego se vuelve graffiti, como ocurrió en Colombia (aun cuando casos similares conocimos en Brasil), durante 1984 distintas organizaciones de estudiantes, 'secuestraban' vallas de Pepsicola u otros productos y sobre el slogan "vamos junto a pepsi ya", se modificaba el anuncio por, "vamos junto al pueblo ya". Lo anterior, que hemos llamado contra-cartel-graffiti, es un claro ejemplo de tal lucha por la hegemonía dentro de los mensajes murales. Lo mismo puede decirse de distintas campañas adelantadas por diversas empresas particulares o por el mismo gobierno, en las cuales se ocupan grandes trozos de paredes provocativas para los grafiteros y allí diseñan campañas cívicas o comerciales de cualquier índole con el fin de ocupar tal espacio para tal publicidad y evitar su uso con otros fines. El texto publicitario no lo antecede la marginalidad, el anonimato ni la espontaneidad, sino que, antes bien, en el mismo acto de enunciación excluye tales condiciones negativas, para afirmar imperativos como consumo y reproducción de capital, entre otros, que lo oponen diametralmente al fermento graffiti.

Posteriormente, en otras publicaciones (2) nos formulan la pregunta sobre el origen social y cultural de los mensajes graffiti, para lo cual concluimos que en América Latina era evidente un doble origen que cualificaba su destino: aquel de la denuncia universitaria, en la que los estudiantes se fortalecían divulgando los excesos del imperialismo yanqui (en especial la década de los sesenta), o luego aquellos de los imperios comunistas en sus distintas vertientes (en especial los setenta); y de otra parte aquel de origen popular, en el que los sectores de mayor precariedad social y económica, iletrados muchas veces, se regocijan con la elaboración de pintas obscenas o blasfemas, acudiendo a la grosería o al dibujo soez, utilizados como instrumentos acusatorios. Entre la denuncia universitaria y la pinta popular se fueron construyendo nuevas mezclas y convivencias sociales que vinieron a producir magníficas demostraciones de **amalgamas culturales**, muchas de ellas de gran originalidad e impacto ciudadano, como viene ocurriendo en distintos países que pudimos conocer -y muchas veces constatar durante los años de la presente década de los ochenta, como lo recordaremos en el último capítulo del presente escrito.

II. PUNTO DE VISTA CIUDADANO

Como puede apreciarse, nuestros estudios, según lo expresado hasta aquí, se habían preocupado por comprender las características mismas de los textos que pudiesen ingresar dentro de las clases de enunciados que describimos y seleccionamos como graffiti. Nos importó definir el mensaje, determinar sus caracterizaciones, examinar sus vecindades semánticas, ampliar la noción de muro y examinar este como un todo-lugar que recibía distintas constelaciones de mensajes que logramos concentrar en dos grandes agrupaciones que perfilaban dos géneros de comunicación urbana. Pero no habíamos entrado a concebir el destinatario de tales mensajes, el ciudadano de las urbes, aquél que no es espectador de una galería, ni

lector de un periódico, ni receptor de un programa de televisión, sino un ciudadano que al recorrer sus calles y rincones tendría que encontrarse -y en ocasiones literalmente estrellarse- con toda su mensajería, y que dependiendo de sus distintas actitudes va a complementar la definición del género graffiti.

Dentro de tal perspectiva inicié la redacción de mi último libro sobre el tema que lleva por título *Punto de vista ciudadano-focalización visual y puesta en escena del graffiti* (Instituto Caro y Cuervo, Bogotá, 1987) (3). Allí intento formular una teoría a partir de la configuración de los supuestos ciudadanos que pueden acudir al conocimiento de los mensajes ya definidos previamente como graffiti. Mi esfuerzo se concentró en concebir el tipo psicológico y social de individuo que se diseñaba, desde la misma enunciación del texto, esto es el destinatario como estrategia de la misma enunciación; al mismo tiempo intenté descifrar la vía contraria, o sea los posibles juegos psicológicos y sociales que podrían ocurrir a un individuo ciudadano al encontrarse como lector u observador efectivo de tales mensajes. Lo anterior quiere decir que mi investigación no previó en ningún momento realizar contacto directo con los grafiteros, sino que me seguí manteniendo en un análisis sobre sus escritos, para, de tal muestra, sacar las conclusiones. Es muy posible que a partir de nuestras conclusiones se puedan desprender estudios más de tipo sociológico o propiamente psicológico sobre la conducta de los usuarios de tal tipo de comunicación, lo cual no corresponde a mi interés que se concentró en poder definir un proceso de comunicación para proponerlo como un género muy específico de manifestación urbana con sus respectivas caracterizaciones.

De acuerdo con mis nuevos intereses el libro mencionado lo escribí acudiendo a distintos aportes, tanto de la lingüística de la enunciación, como de los análisis discursivos y narratológicos, de la semiótica del espacio y las figuras, como de la corriente de psicoanálisis que me permitía ahondar en problemas imaginarios muy presentes en la iconografía graffiti. Debo reconocer igualmente, que distintos métodos y propuestas de análisis adelantadas por teóricos del arte, me fueron de suma importancia para confrontar la imagen graffiti, así su aspecto estético sea sólo uno de sus aspectos -y no siempre presente- en su producción. Los distintos aportes en la elaboración de mi perspectiva teórica los reconozco paso a paso en el libro en cuestión y ahora me limito a demostrar la operatividad de mis argumentaciones.

Para comenzar debo aclarar que entiendo por punto de vista una operación de mediación: aquella sobre el cuadro graffiti y su observador real. El punto de vista, por esto, implica un ejercicio de visión, "el captar un registro visual, pero también compromete la mirada, esto es, al sujeto de emociones que se proyecta y se 'encuadra' en lo que mira" (*Punto de vista ciudadano*, P.67).

Lo que va a interesarme como problema de la mirada sobre el graffiti, es justamente su relación con lo que muestra, lo que se representa en el escenario graffiti, "aquello inquietante y siniestro que puede asimilarse a lo obscuro y prohibido. Ver lo obscuro, aquello socialmente restringido por principio, al campo de la visión (y del entendimiento público), ya por sí mismo es chocante, pero ver lo obscuro en calidad de provocación pública, como exhibición para todos los ojos ciudadanos, complica aún más el ejercicio visual y lo hace una operación colectiva. Digamos que en el graffiti, desde el punto de vista de la observación, se trata de ver lo obscuro que está puesto para que todos lo miren" (*Punto de vista ciudadano*; P.68)

Según lo dicho, lo obscuro vamos a entenderlo como obscenidad política y no sólo moral, como usualmente entendemos tal término. Hemos seleccionado la palabra *obscenidad*, luego de comprender la mecánica misma de tal tipo de textos que se definen en un obvio sentido de escandalizar con la denuncia o con la exhibición de cualquier figuración. Se puede decir que el mensaje que no pretende escandalizar la comunidad usuaria con lo que dice o expresa, no corresponde al género que porta en consecuencia un fermento de agresión a la mirada del destinatario imaginario y previsto en la enunciación textual.

La operación graffiti examinada desde la mirada ciudadana, conlleva tres pasos, a saber:

- 1.- Objeto de exhibición.
- 2.- Observación por un sujeto real -o sea el ciudadano.
- 3.- Consecuencias sobre la mirada.

En el primer punto se trata de un mensaje graffiti, con las caracterizaciones hechas en el capítulo anterior: **la imagen graffiti es acompañada por su presupuesto de pervertir un orden**. En tal sentido se le pueden suponer condiciones exhibicionistas, en el mismo nivel provocador que le es inherente.

En el segundo punto se supone un encuadre. Si pensamos en la fotografía se nos puede facilitar tal noción, ya que un fotógrafo 'encuadra' su visor con el objeto que quiere fotografiar y cuando el cuadrado del visor coincide con el objetivo, puede decirse que está 'cuadrado' y es el momento de tomar la foto. En la lectura de un texto o en la observación de una figura se da una operación similar y el individuo trata de hacer coincidir lo que sabe con lo que ahora conoce a través del nuevo mensaje. Así, dijimos que puede haber encuadres explícitos, ya agotados por la misma focalización del enunciador, como sería el caso de textos verbales de gastada capacidad semántica, como repetir en cualquier país latinoamericano "Fuera yanquis imperialistas". Los encuadres implícitos son más complejos y exigen algún nivel interpretativo por lo que su observador está sometido a un mayor trabajo simbólico, pero de la misma manera pueden producir un efecto más profundo y de mayores consecuencias en la conducta ciudadana.

De la tercera operación de mirada ciudadana, se puede desprender que el texto no se dirige a un ciudadano considerado individualmente sino a la ciudadanía, por lo menos a aquella implicada dentro de los límites del territorio aludido. Se trata tanto de un ejercicio ideológico, en cuanto a desenmascarar una conducta ante la ciudadanía, como también de un recorrido ético-estético, como explicaremos posteriormente.

Siguiendo con este último punto, decíamos en nuestro último libro citado: "Al colocar la mirada cualquier observador territorial sobre el anuncio provocador y deslizarse por lo exhibido, generaría un encuentro entre la representación y el encuadre del observador real, que haría coincidir lo que se dice o muestra con lo que desea o cree el ciudadano que recibió el mensaje. Lo representado se vuelve objeto de goce o saber con el cual se identifica la mirada ciudadana. Pero esta óptima operación de registro puede ir más lejos: lo prohibido, anunciado por el graffiti, se puede expandir dentro de un radio de acción emisora tal, que puede ir ganando aceptación dentro de la respectiva comunidad (piénsese en un barrio popular o en un campus universitario) y al saberse todos conocedores de lo anunciado, se produciría un acontecimiento social, que bien puede aceptarse como de mirada cómplice. El graffiti aquí desborda el sujeto individual y compromete la mirada ciudadana" (*Punto de vista ciudadano*, P. 70). Estamos entonces ante el graffiti de gran impacto social, que proponemos aceptar como emblemático, en la medida de que se trata de un mensaje de colectiva aceptación: nacen de este modo los **emblemas del graffiti** que pueden devenir en emblemas ciudadanos para un determinado territorio y dentro de un lapso de tiempo determinado.

De esta manera se puede concluir que exhibición, encuadre y mirada son las tres operaciones que construyen el punto de vista del observador. Es evidente ahora sí, que en tal triada se produce un movimiento de lo ético a lo estético y al contrario, de lo estético a lo ético. La obscenidad graffiti parte de una enunciación prohibida, por la moral y la ideología dominante y se propone, en cuanto programa comunicativo, como una ruptura estética, tanto en su estrategia de representación -sobre todo en la última producción- que en algunos casos busca confundirse con el arte como en la virtualidad de la lectura cómplice.

De otra parte la mirada, en su característica de alusión imaginaria a un deseo, pone en marcha la fantasía, o sea es punto de desencadenamiento de fantasmas individuales o colectivos. La marca graffiti puede estimular el libre juego de la imaginación, en relación con opciones sociales, políticas, sexuales o de otra naturaleza. Las fantasías acuñadas por una comunidad pueden cobrar forma en la escritura o la imagen por medio de una inscripción de tal naturaleza y disfrazados en chistes o bromas, en proverbios, canciones, poemas o acusaciones o reclamos directos, emergen para su cotización colectiva en cualquier pared o muro ciudadano.

Es así como en distintas ciudades colombianas se viene dando lo que literalmente puede ser considerado como 'guerra graffiti' donde los muros entran en disputa cuando aparecen, enfrentándose duramente, la izquierda con la derecha, reproduciéndose en la misma pared la inquietante situación social y política que vive el país. De este modo se viene dando en la ciudad de Cali, cuando ante un graffiti de algún sector de la guerrilla que clama justicia ante los crímenes de paramilitares contra sus miembros, responden los mismos paramilitares 'borrando' sus graffitis, de la misma manera como eliminan físicamente los integrantes de su organización. La cadena continúa y luego sobrevienen infinidad de respuestas epistolares de parte y parte. Pero los fantasmas no son sólo políticos explícitos. En otra ciudad colombiana, Pereira, en días pasados (Nov. de 1988) empezaron a aparecer dibujos de muñequitos por distintas paredes. Días después el cuerpo del muñequito se alargó y formó una H. Posteriormente a la cabeza del monacho se le atravesó una barra. Otro día apareció el siguiente mensaje en la parte baja del dibujo: "en marcHa". Por último, otro día, todo el programa se reveló: "En marcHa, muerte a Homosexuales", fue la fría consigna que quedó atestiguando el texto completo, de elaboración mixta, tanto verbal como figurativa. No podríamos asegurar que desde un

comienzo se trataba de un solo emisor del mensaje que lo fue produciendo por capítulos, o si por el contrario, sobre la misma evolución de los acontecimientos, distintos individuos fueron conformando el sentido final, lo cual, esto último, nos parece la tesis de más crédito luego de examinar los distintos tipos de letra con los cuales se fue conformando. Una ideología reaccionaria y agresiva contra libertades sexuales, disfrazadas de supuestas campañas por el orden y la limpieza de las ciudades, puede ir cobrando forma en programas colectivos como el mencionado. El apareamiento de tales 'fantasmas' bien puede ser una incitación lateral que se inicie en simples paredes de las ciudades y que dependiendo del ambiente socio-político puede encontrar estímulo e irradiar progresivamente en campañas promilitares por el orden, la moral y la seguridad.

Por supuesto existen fantasmas más gratos. En un colegio bogotano unas chicas escribieron sobre las paredes del sanitario de su colegio "quiero pichar" (hacer el amor), cuando la maestra les respondió en el mismo escenario: "Por favor niñas no escriban esas cosas", las ofendidas y suspicaces estudiantes respondieron: "Las profesoras se lo dan a los profesores".

En fin podemos concluir la parte correspondiente a la mirada ciudadana, reconociendo que aquella se debate y se mueve al ritmo del ver ciudadano, dentro de presiones sociales concretas, pero que paradójicamente, son las mismas condiciones que han originado la representación graffiti: podría afirmarse que "Lo que muestra el graffiti es lo que a él mismo se le prohíbe y ahí ya estamos en su mecánica delirante" (*Punto de vista ciudadano*, P.73) Nuestro estudio sobre la mirada nos condujo finalmente a concebir que aquello que cualifica el punto de vista del graffiti es su exposición pública, y por tanto no estamos ante la mirada de un espectador o de un asistente, sino ante la de un ciudadano. De lo anterior se desprenden consecuencias importantes, pues tal conjunto iconográfico no sólo cumple la función de mostrarse, sino que simultáneamente define una ciudad: se trata de una **definición sociolectal** en la cual la ciudad es vista por sus ciudadanos, pero también los ciudadanos son recibidos e inscritos por su misma ciudad como ejercicio de escritura y jeroglífico urbano. Cada urbe, de este modo, expresa sus temores y delirios, sus anhelos y utopías, sus vergüenzas y orgullos, y como un libro abierto de literatura, va mezclando información real con fantasía, para colocarse el mismo graffiti como otro de los grandes relatos contemporáneos, que proveniente del fondo de sus silencios y represiones de las ciudades y sus ciudadanos, habla y se expresa sobre la misma epidermis, marcando la ciudad como un inmenso tatuaje en permanente transformación. Todos los días y cada segundo la ciudad recibe un nuevo punto de vista de cualquier ciudadano, para convertirse en el objeto mismo sobre el cual más se confabula: sobre su mismo cuerpo se diseñan e inscriben los deseos, aún los más ocultos, en una sobresaliente fusión de objeto con escritura, ya que en la pinta graffiti no nos será posible distinguir dónde la ciudad es materia y dónde esa materia es la expresión de una voluntad de cambio, de una utopía realizable.

III. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL GRAFFITI ACTUAL LATINOAMERICANO

Si bien es cierto el auge del graffiti en las ciudades colombianas dentro de los últimos años, hemos podido constatar que es una situación colectiva de numerosos países de la América Latina, como es el caso especial de Sao Paulo, Buenos Aires, Asunción, Lima, Caracas, México y aún Santiago de Chile. Estas ciudades se muestran dentro de una dimensión lúdica, irónica y plástica del graffiti que va a contrastar con la mayor explicitud política del graffiti que se elabora en los distintos países de la América Central, naciones en las cuales su confrontación política conlleva al uso más de tipo ideológico que expresivo. Esto no quita que en el grupo de los primeros países se dé simultáneamente la denuncia política, como puede pensarse en las ciudades de países como Perú y Colombia, donde la presencia de una guerrilla revolucionaria conduce a buscar los escenarios callejeros como vehículos de expresión de su ideario.

Luego de examinar una muestra que recogí en algunos países durante estos dos últimos años (Venezuela, Brasil, Argentina y Colombia) aún cuando con información que tengo de los otros citados anteriormente, llegué a la conclusión de que en América Latina se vive el tercer gran momento del graffiti contemporáneo (4). Lo anterior, luego del París del 68, momento en el cual primó el graffiti literario de denuncia y libertario propio de la época, y del movimiento plástico y delirante del *Sub way* de Nueva York, en el cual sobresalió la elaboración de grafemas desposeídos de un sentido en su comunicación, y más bien con mayor énfasis en la forma, el color y como manifestación de mensajes territoriales de bandas de grupos marginados.

Dentro de las características que presenta el graffiti latinoamericano contemporáneo respecto al anterior y al de otras urbes occidentales, sobre todo el señalado en los dos movimientos antecedentes que señalé, citaré las siguientes cuatro que ya había reconocido en la segunda edición de *Ciudad Imaginada* (1988):

1.- Una mayor participación ciudadana y grupos sociales y culturales más heterogéneos, entre los cuales hay que mencionar grupos feministas, artísticos, sectores populares, trabajadores, estudiantes de colegio y universidades.

2.- Contenido de mensajes y elaboración de formas en condiciones sintéticas que recogen tanto una perspectiva macropolítica, como poético-afectiva. Este punto invoca la mezcla popular-universitaria, afortunada amalgama, como lo hemos demostrado en nuestra investigación, tomando lo universitario de lo popular el uso de la grosería, la obscenidad y el chiste cruel, y aquellos acudiendo a la poesía, el manifiesto y la consigna, instrumentos tradicionales de los estudiantes universitarios. Pero también sintetismo en los mismos grafemas, en su composición material y en su síntesis ideológica.

3.- Fuerte dimensión irónica y humorística que hace del graffiti un heredero de otros modos tradicionales de expresión colectiva y espontánea, tales como el chiste, los proverbios y la inclusión de ciertas máximas y leyendas populares. El humor, el sarcasmo, la ironía, la irreverencia y la burla pesimista, son nuevas armas del graffiti, como lo son también instrumentos de las nuevas izquierdas desencantadas del discurso magistral y teórico de la gran sabiduría académica y revolucionaria. Es evidente que nuestro graffiti sigue el rico patrimonio hispanoamericano: crueldad, machismo, viveza, erotismo, juego con la muerte y una visión un tanto cínica y apocalíptica del futuro. Nuevos instrumentos de recreación, que salen de las reuniones sociales para transcribirse en los mismos exteriores de la ciudad.

4.- De otra parte existe una gran diferencia en los aspectos formales y constructivos, pues mientras en los años anteriores se trataba de colocar consignas de denuncia usando el lenguaje verbal como exclusivo medio de conformación del mensaje, ahora la elaboración artística de figuras, la presencia de modalidades gráficas narrativas como los esquemas de los comics o historietas (lo que puede verse en las universidades de Buenos Aires y de Sao Paulo) o la figuración caricaturesca (como ocurre en Colombia y Venezuela), y en fin, el uso de la imagen, nos conduce a otra formalización del graffiti. Respecto de la imagen es importante anotar que ésta ha tenido un uso tradicional en la pinta popular, sector social que siendo la mayoría de las veces iletrado ha tenido que trabajar con dibujos imprecisos pero contundentes para producir sus mensajes callejeros. Pero también hay que anotar que el uso de la imagen en el graffiti actual se debe a su misma evolución hacia posibilidades de expresión poética, e incluso al estímulo mismo de sectores artísticos que en distintos países han cobrado presencia sobre las mismas paredes de la ciudad.

Sobre este último punto habría que advertir que el encuentro entre graffiti y arte es visto por nosotros de distinta manera. El graffiti puede devenir en objeto-arte, según nuestra propia argumentación, cuando los aspectos materiales de la puesta en forma (las valencias operativas) priman sobre las condiciones preoperativas (marginalidad, anonimato y espontaneidad). Lo anterior quiere decir que, la "inclinación por un graffiti-arte tiende a liberar al graffiti de las condiciones ideológicas y subjetivas a las cuales se enfrenta por naturaleza social, y que al ser esas condiciones estructurales, tal liberación puede conducirnos a la descalificación del graffiti, para que tal operación icónica entre a formar parte de otra clase de enunciados, como sería el caso del arte" (*Graffiti: ciudad imaginada*, Ed. de 1988. P. 31).

Ahora, respecto al fenómeno vivido tanto en los Estados Unidos, como en algunos países europeos de conducir los grafiteros (Keith Haring, Kenny Schard, J. M. Basquiat, y otros tantos) a las galerías, ello corresponde a un fenómeno mismo del arte, que se aproxima, como es el caso de algunas tendencias de los ochenta, a un trazo amplio y febril, tal cual sucede con la nueva figuración o transvanguardia (como en los Estados Unidos, Alemania, Francia o Italia), ello viene a generar un encuentro con el diseño mismo del graffiti del mismo período cuando se reencuentra con la figura expresionista. No obstante, tal fenómeno comercial no ha sido acontecimiento en las ciudades de la América Latina y en los casos de artistas que emplean el trazo graffiti, se trata más bien de aprendizaje por las modas artísticas antes que una evolución interna. Más bien diría que he conocido en América Latina muchos movimientos por sacar el arte de las galerías y conducirlo a la calle, en búsqueda de otros públicos diversos a los clientes que manejan los consorcios de la venta del arte.

El graffiti en la América Latina de hoy participa pues de una nueva dimensión, mucho más generalizada que lo visto en décadas anteriores cuando era prácticamente propiedad de grupos políticos. Pero también digo

más generalizada que la de otros países de occidente pues en aquéllos siempre se ha mantenido dentro de una órbita particular de grupos marginados social o culturalmente, mientras que lo que encontramos en estos últimos años en países de este continente es su mayor uso por parte de distintos sectores que antes se mantuvieron al margen de tal comunicación. En Colombia durante 1985 y 1987 su frecuencia aumentó a niveles incontrolables: se llegó a la situación de improvisar galerías callejeras en distintos puntos de las ciudades. En Bogotá, como buen ejemplo de lo anterior, nació la diversión de irlos leyendo en voz alta como acción conjunta y espontánea de los pasajeros de los buses o transporte público, lo cual motivaba, diariamente, carcajadas colectivas (5) dados los apuntes y bromas públicas que solían escribir los grafiteros, en este momento ya provenientes de todas las clases sociales.

IV. UNA TEORIA SOBRE LA CIUDAD A PARTIR DEL GRAFFITI

Una vez consolidada la teoría sobre la marca graffiti, he dado el siguiente paso como es pasar el examen de la ciudad como ente total. Para ello se abrieron distintos seminarios (6) e inicié la redacción de un ensayo sobre la imagen y la focalización visual en el cual me interesé por evidenciar los correlatos que acompañan a toda imagen. De acuerdo a tal reflexión concluí que una imagen posee tres correlatos, el lingüal, el paralingüal y el visual. Esto quiere decir que la reducción que hacemos de la imagen a los elementos visuales, descuida los otros correlatos que en ocasiones pueden ser prioritarios, como sería justamente el caso de la imagen graffiti, iconografía sobre la cual pasé a revisar las deducciones generales anotadas.

La imagen graffiti habla mucho, podríamos decir, y en tal evento suelen primar sus correlatos lingüísticos, si bien su última evolución hace más bien valer aquellos paralingüísticos o visuales. La tradicional valoración de los correlatos verbales en los grafemas graffiti se origina en una necesidad de expresión y comunicación sintética que le es inherente a su naturaleza. Pero dentro de la ciudad encontramos, como ya lo dijimos, una gran cantidad de imágenes que no conllevan tal cualificación y que podríamos examinar a partir de una consideración global de la imagen. De este modo iniciamos un trabajo sobre otro tipo de imagen urbana, sobre la cual pudiésemos observar su comportamiento y estructuración. Finalmente, dentro de varias opciones que se propusieron, seleccionamos la 'construcción de senderos' como un nuevo objeto de investigación, por distintas razones.

Los bordes visuales de un territorio (publicado por la revista Arte, Bogotá Museo de Arte Moderno: 1987) fue como titulé el ensayo en el que coloqué especial interés en descubrir cómo los usuarios de un territorio (se trataba del campus de la ciudad universitaria en Bogotá) van construyendo, de manera colectiva y día por día, los senderos por donde se movilizan, en franca oposición con los caminos oficiales que construye la administración universitaria.

De allí saqué distintas conclusiones, pero sobre todo destacaría dos aspectos: La elaboración de unos límites territoriales por parte de los integrantes de un grupo humano consciente de su porción geográfica y necesitado de elaborar dentro de ella marcas de reconocimiento frente a cualquier extranjero que pueda tomarse sospechoso (como por ejemplo la presencia de autoridades policiales dentro de la vida universitaria). De otra parte, el sentido del uso del sendero, con variaciones según circunstancias de variada índole: como acortar distancias; su uso diurno y nocturno; construcción de senderos 'sin sentido'; o elaboración de senderos según prácticas, como aquéllos que conducen únicamente hasta un árbol para allí descansar, tomándolo como espaldar; u otros que se forman mientras los estudiantes caminan preparando un examen, o aquéllos que llevan a lugares de relax y pacífica conveniencia. Incluso descubrimos caminos 'fantasmas' que no conducían a ninguna parte, pues la modificación de cualquier arquitectura del campus hizo que quedasen puertas o escaleras que ya no conducen a ningún sitio, porque sus lugares de llegada fueron taponados.

La anterior investigación, que nació de la observación de una gran colección de fotografías en la que ubicamos los 'mapas' de los usuarios, vino a serme de gran utilidad para la nueva propuesta sobre territorios urbanos, en la que me hago preguntas dirigidas a asumir toda la ciudad como totalidad. La búsqueda de métodos y técnicas de estudio ha sido nuestra permanente preocupación, si aceptamos que las investigaciones sobre lo urbano se mantienen todavía dentro de unos criterios muy obvios, por lo general dominados por enfoques sociológicos o económicos, y cuando han surgido preguntas relacionadas con su imagen, se resuelven como problemas visuales, sin problematizar precisamente la noción misma de su imagen.

En tal sentido podemos conocer distintos estudios adelantados por arquitectos o sociólogos, que si bien pueden ser útiles para los estudios de diseño o del espacio urbano, manifiestan la ausencia del problema comunicativo en el que tendríamos que responder a los procedimientos colectivos en la construcción de la imagen de una ciudad: tal respuesta apunta a una definición de lo urbano para que así cada ciudad pueda hablar de su 'urbanidad', más allá de su instrumentación física y estética, o quizá mejor, involucrando tales aspectos en los horizontes de su propia definición.

Para responder a los distintos interrogantes que enuncié, presenté un largo proyecto de estudio, primero en forma de ponencia (7) y luego como ensayo en el cual delinee el plan de trabajo que sigue en proceso de elaboración. La indagación sobre la ciudad como comunicación, deberá formularse de acuerdo con nuestro personal enfoque, a través de las siguientes categorías: "Las nociones de límite y borde, no sólo lingüal sino visual; la noción de mapa, croquis y su reconstrucción en los sujetos territoriales; la noción de centro y periferia, quizás también en tanto marca o desmarcación territorial, la noción de punto de vista ciudadano, como focalización narrativa donde los habitantes enuncian sus relatos que bien pueden denominarse como literatura urbana, y, en fin, la representación de la ciudad o parte de ella, donde la puesta en escena de una representación nos devuelve el foco desde dónde y cómo se mira una ciudad" (El Territorio: una noción urbana, Revista, Signo y Pensamiento, U. Javeriana, Bogotá, 1988). Dentro de este esquema adelanto ahora la investigación práctica que espero concluir en el futuro inmediato y en el cual aspiro poder formular una teoría integral sobre la ciudad como ente comunicativo.

Como puede apreciarse el graffiti como tal ha quedado relegado a las bases metodológicas sobre las cuales me acerco a la ciudad. Hoy del graffiti subsiste la ciudad, pero nuestra teoría del graffiti nos exigió el rigor y la capacidad de observación sobre un microuniverso desamparado de reflexión teórica que paso a paso fue desembocando en la visión global de la ciudad. Hoy bajo la comprensión del graffiti podemos ver la ciudad, pues si el graffiti corresponde a una ideología de muro y escritura, la ciudad entera no puede escapar nunca a ser descrita por sus habitantes, y si bien es cierto que la ciudad responde a una ideología territorial y social más grande y complicada que el muro, no es menos verídico que ella está sostenida por aquéllos, ahora en su sentido físico y simbólico. La relación objeto físico y escritura, mundo y vivencia, espacio y símbolo, son los supuestos que debemos desenredar para captar los problemas inherentes a la puesta en escena y teatralización colectiva de la ciudad (8).

NOTAS:

1. Al respecto trabajé en un seminario con estudiantes de Bellas Artes de la Universidad Nacional, quienes me colaboraron con la última recolección del material en 1982. En 1983, dentro de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Externado de Colombia dicté la clase de Semiótica tomando como transfondo de análisis la muestra ya recogida anteriormente. En 1985, en el departamento de Antropología de la Universidad Nacional, se volvió a tomar la muestra y se planteó un estudio con estudiantes voluntarios, pero ahora bajo la perspectiva de análisis territorial. Las anteriores, y otras experiencias académicas, se convirtieron en material de reflexión para la primera publicación del estudio que lleva por título "*Una ciudad imaginada graffiti y expresión urbana*" (Pub. por Fondo Editorial de la Universidad Nacional, Bogotá, 1986).
2. Me refiero al ensayo que presenté dentro del Congreso de Americanistas celebrado en Bogotá en la Universidad de los Andes, en Julio de 1985. Tal escrito fue reproducido en la revista brasileña *Comunicação-Sociedade*, N° 13 de Sao Paulo, Brasil, por la revista *Culturas Contemporáneas*, N° 2 de Colima México y apartes en la revista italiana *D'ars*, Periódica d'artes contemporanea de Milano N° 109.
3. La redacción del presente libro la hice durante la conclusión académica de mis estudios doctorales en la École Des Hautes Études en Sciences Sociales, de París, en 1986 quedando allí la versión francesa bajo el título *Mise en scene du graffiti*. El texto en español fue publicado por la imprenta patriótica del Instituto Caro y Cuervo de Bogotá, en diciembre de 1987.
4. Al respecto quiero aclarar que durante 1985 y 1986, tuve la oportunidad de viajar por distintos países, como por los Estados Unidos y varios europeos, como Francia, Italia, España, Yugoslavia. En 1987, pude desplazarme por los países latinoamericanos citados y entonces pude establecer las analogías para las observaciones que presento, que parten de comparar lo que en años anteriores también pude ser testigo en la revuelta graffiti del metro en Nueva York de comienzos de los setentas y el conocimiento que tuve de París del 68 y su repercusión en otras ciudades.
5. La situación colombiana llegó a acontecimientos como los descritos, de hacer galerías de graffiti por todos lados, también se abrieron 'concursos graffiti', que naturalmente se vinculan con otra situación más emparentada con la moda que con el graffiti, de la misma manera periódicos de primera circulación en Colombia, como *El Espectador*, abrió en 1986 una página central para reproducir semanalmente algunos de los graffiti más destacados. Los artículos y ensayos escritos al respecto se convirtieron en lectura febril para estudiantes y otros sectores, se hicieron varios programas de televisión sobre el tema; en fin, el graffiti tuvo durante tales años una explosión, que llegó al extremo de que el mismo presidente de la república, Belisario Betancur, se dio a la tarea de proponer pintar palomas de Paz por todos los muros, que muchos identificaron como anti-graffitis, dentro de su campaña por encontrar un acuerdo con los grupos guerrilleros colombianos.
6. A partir de 1987 abrí un seminario en el Departamento de Antropología de la Universidad Nacional, sobre el tema general de la ciudad. El primero lo dedicamos al territorio y el segundo al análisis de la imagen urbana, todavía en proceso... Simultáneamente en mi curso de Estética en la Facultad de Artes de la misma universidad, se propusieron temas como 'El miedo en la ciudad' y 'Decorados Urbanos', con el fin de plantear el proceso de formación de una imagen colectiva en la ciudad, ya que ambas temáticas nos acercaban al estudio de circunstancias sociales en acalorado proceso y no se trataba de una imagen 'fija', que era

justamente lo que evitábamos. Estas deliberaciones son el punto de partida para el nuevo libro sobre 'comunicación urbana', en el cual la ciudad es estudiada como un proceso de 'puesta en escena'.

7. Ponencia presentada dentro del III Congreso Latinoamericano de Semiótica, celebrado en Argentina, Rosario, octubre de 1987, con el título La ciudad como puesta en escena. Se publicó en la revista 'Signo y Pensamiento', N° 12, Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social, Bogotá, 1988. Existe traducción al inglés en proceso con el Research Center for Language studies de la Indiana University, de los Estados Unidos.
8. El interés por nuestros escritos sobre la ciudad y sus aspectos simbólicos y creativos, nos permitió abrir una columna permanente, de publicación quincenal, en el periódico de mayor circulación nacional El Tiempo, bajo el título de Ciudad Imaginada en la cual me ocupo de analizar distintos aspectos en la formación de nuestra personalidad urbana. Se trata de un aporte desde la academia y la investigación para la comprensión de distintos aspectos de la cotidianidad.