

WRITERS, TAGGERS, GRAFFERS Y CREWS* IDENTIDADES JUVENILES EN TORNO AL GRAFITEO

Tania Cruz Salazar**

Resumen: Este artículo analiza la constitución de la identidad juvenil grafitera y su expresión en un espacio global-local. A partir de componentes simbólicos, discursivos y valorativos se estudian recreaciones y adaptaciones de la práctica que los vincula con la comunidad mundial de grafiteros. La pluralidad de jóvenes que reúne la práctica del *graffiti* y su modo de interactuar con el espacio social son presentadas aquí de manera que la identificación juvenil se complejiza en un contexto urbano de apertura económica mundial como lo es la ciudad de México.

Palabras clave: *graffiti*, práctica juvenil, espacio urbano, global-local.

Abstract: This article analyses the constitution of the *graffiti* youth identity and its manifestation in global-local space. From symbolic, discursive and value elements, I show adaptations and recreations of this youth practice which link them to the global *graffiti* community. Youth diversity that involves *graffiti* practice and its way of acting in social space are shown here to explain the complexity of youth identity in an urban context of the global economy as is Mexico City.

Key words: *graffiti*, youth practice, urban space, global-local.

*Las cuatro palabras provienen de la lengua inglesa y forman parte de la jerga grafitera. *Writer* significa escritor de *graffiti* y, aunque es común escucharla para referirse a un grafitero, la palabra *graffer* ahora está sustituyéndola. *Tagger* proviene de la palabra *tag* que significa firma. Al agregar a *tag* el sufijo *er* (que en inglés alude al oficio de la persona) la palabra identifica a la persona dedicada a firmar, es decir que el *tagger* es aquel firmador de sobrenombres o placas que lo identifican como perteneciente a la comunidad grafitera. Las firmas grafiteras, los *tags*, responden a un diseño monocromático con un estilo caligráfico complejo en donde las letras regularmente se encuentran superpuestas y/o entrelazadas. La palabra *graffer* es una adaptación de la raíz *graff* más el sufijo *er*. Aunque ésta no pertenece a la lengua inglesa, se deriva de ella. En este

caso los jóvenes mexicanos que pintan *graffiti* utilizan la palabra *graffer* como sinónimo de grafitero. El término *crew* tiene sus orígenes en el inglés medieval y en el francés antiguo. Esta palabra define al colectivo grafitero, explica el tipo de congregación en la escena juvenil. El *crew*, en su acepción más general, habla de un grupo integrado por personas que trabajan generalmente bajo la dirección de un líder. En Nueva York de la década de 1960, este término se utilizó por los mismos escritores de *graffiti* para denominar a sus grupos. Los grafiteros mexicanos utilizan la palabra para identificar/diferenciar a sus agrupaciones (Cruz, 2003, 2007, 2008).

**Doctora en antropología social por el CIESAS y posdoctorada por El Colegio de la Frontera Sur. taniaacruzmx@yahoo.com, tcruzs@ecosur.mx

ESCENOGRAFÍA

En la cotidianidad de las juventudes grafiteras, la calle como dimensión de la realidad concreta es el lugar más inmediato. A la vez que guarda espacios de confluencias, contiene disociaciones y anclajes. La calle es un lugar que, estudiado a detalle, puede dar cuenta de la complejidad de las experiencias comunes a partir de la apropiación y el uso público. De carácter ambiguo—abierto y convergente—la calle es pivote para el análisis de la práctica grafitera, ya que es el espacio en donde emerge esta identidad.

La calle pierde el sentido de lugar común cuando la manifestación anónima grafitera irrumpe el tráfico peatonal o automovilístico dando especial valor al sitio marcado (Augé, 1992). Es ahí cuando el grafitero establece de manera inmediata una relación significativa con la vía pública “privatizando” alguna dimensión de ella y llenándola de elementos crípticos que forman un discurso oculto (Scott, 2000). El grafitero se relaciona con la calle de manera especial porque ésta simboliza el lugar más significativo de su emergencia como actor social en la escena pública (Goffman, 1981). La calle representa el entarimado del escenario conformado por paredes, rejas, portones, anuncios espectaculares, postes, vagones, pancartas, mamparas, contenedores, vehículos, etcétera; es decir, todo el inmobiliario urbano que le permite apropiarse de un lugar en el escenario social. Identificarse con el *spot* o lugar específico de apropiación significa cobrar identidad y pasar de la invisibilidad al prota-

gonismo, de manera que un joven que grafitea se presenta irrumpiendo en la vida cotidiana de una sociedad que funciona con otros códigos de comunicación, expresados en letreros y señales de carácter preventivo, restrictivo e informativo caracterizando a los “no lugares” de todas las ciudades del mundo (Augé, 1992). Los “no lugares”, espacios de tránsito y conexiones que orientan a otros fines—como las calles, las autopistas, los centros comerciales y otros sitios públicos—tienen la peculiaridad de funcionar como nodos de comunicación de una misma espacialidad global (Castells, 1999, 2001). Esa espacialidad que la representación de la aldea global ha creado es justamente la dimensión en donde la mayoría de las juventudes urbanas adquiere forma. Asimismo, los colectivos grafiteros se mueven en esta espacialidad en donde actualizan su identidad a partir de las imágenes, los discursos y los estilos globales dependiendo de las condiciones que su contexto local les permite.

Para el caso que aquí ocupa, la constitución de la identidad juvenil grafitera y su expresión en la ciudad de México se analiza desde componentes simbólicos, discursivos y valorativos compartidos en un espacio local-global.¹ La pluralidad de jóvenes que reúne la práctica del *graffiti*, así como sus modos de interactuar con el espacio social, mues-

¹ Utilizo el término global-local para caracterizar un hecho que muestra formas y características mundiales pero que guarda significados particulares de un contexto local. Éstos pueden expresar la reconfiguración de una representación global en un espacio local.

tran una cultura juvenil dinámica y heterogénea en constante diálogo con espacios locales y globales. La ciudad de México, segunda más grande y tercera más poblada del mundo, es un lugar de anonimatos que permite la invisibilidad de sus habitantes. “Ser alguien” en este panorama resulta desafiante, sobre todo para el sector juvenil que representa el grueso de la población desempleada (INEGI, 2006). En la ciudad de México, en donde existe alta densidad poblacional (5 871 habs/km²) y se tiene un porcentaje de superficie muy reducido (0.1% del territorio nacional), el proceso de urbanización-modernización de la década de 1980 implicó, entre otras cosas, la segregación socio-espacial de un gran sector de la población, lo cual incidiría en la identificación de los jóvenes depauperados como “población de riesgo”, por el hecho de vivir al margen de los espacios escolares o laborales y disponer de cuantioso tiempo libre (INEGI, 2006). En un contexto caracterizado por crisis económica y urbana, por familias empobrecidas y por hogares en condiciones de hacinamiento, el número de “jóvenes de las esquinas” en la ciudad de México se incrementó y diversificó de un modo significativo (Foote, 1973). Desde entonces, el cuestionamiento juvenil a la formación escolar para el trabajo ha venido consolidándose con mayor fuerza para expresarse en el surgimiento de colectivos pequeños y no en movimientos sociales. El desencanto por el porvenir habla de una conciencia sobre las escasas oportunidades para lograr vidas cómodas; en consecuencia, se acentúa la fijación por el presente.

Ese escenario contextualizó la escena juvenil urbana en el centro del país, que desde la década de 1990 ha sido muy prolífica y cada vez más compleja. Las prácticas juveniles, creativas o no, detonaron la formación de agrupaciones en las calles, las cuales representan espacios sumamente concurridos por los que hay que pelear para hacerse notar y para lograr expresar el punto de vista ciudadano con respecto de dónde se vive y cómo se vive. Los chavos banda, los rastas y los *punks* de la década de 1980; los *darks*, los *taggers*, los *skates* y los cholos de la siguiente década; los *ravers*, los emos y los *queers* de principios de este siglo (Marcial, 2008), así como los maras, los narcofresas, los cowboys chamulas y los jóvenes migrantes que en situación de frontera han elaborado identidades emergentes, constituyen desafíos importantes para los estudios sobre juventud. Esta diversidad de identidades y prácticas juveniles evidencia y refrenda la histórica búsqueda de espacios alternativos de expresión e intercambio juvenil en los canales no oficiales de comunicación; asimismo, develan formas distintas de participación social que suelen contradecir al poder institucional. Los *taggers*, *writers* y *graffers*, quienes establecen diálogos locales y globales, rebasan el *status quo* societal mediante manifestaciones políticas a niveles micro, que congregadas forman a la vez un discurso oculto y público (Marcial, 2008; Silva, 1986).

Para aprehender la constitución de la identidad juvenil grafitera y su expresión en un espacio global-local sitúa teórica y metodológicamente a la ciu-

dad de México como: i) un espacio determinado por crisis económicas, aunque incluido en un panorama de apertura financiera mundial, y ii) un contexto local tamizado de prácticas juveniles que edifican identidades globales-locales. El reto consiste en entender la manera en que los grafiteros edifican una identidad juvenil a través de sus prácticas. Pintar en las paredes los identifica en dos formas: i) con el plano local (la comunidad grafitera inmediata y el resto de la sociedad capitalina), y ii) con el plano global (la comunidad mundial de grafiteros). Esto es así porque los grafiteros de la ciudad de México han hecho suya una práctica que existe en otras partes del mundo, adoptan imágenes y discursos sobre la emergencia del *graffiti* mundial para vincular los orígenes en su horizonte local, así como para reproducir y reelaborar un argot juvenil específico de la comunidad grafitera global y para mantenerse en contacto con jóvenes de otras ciudades con quienes comparten el ser *writer*, *tagger* o *graffer* a través de componentes simbólicos, discursivos y valorativos.

La discusión teórica de la antropología global contemporánea —que aborda el estudio de grupos e individuos globales— resulta útil para entender a las juventudes como colectividades urbanas centradas en valores y virtudes de la instantaneidad, los cuales responden en lo cultural a procesos de nuevo orden económico mundial y de flexibilización laboral (Hannerz, 1996; Kearney, 1995; Harvey, 1998). Las prácticas de los grafiteros, al igual que las de otras juventudes, giran en torno a lo

efímero, lo cual intensifica el sentido de sus experiencias ya que expresan a la vez su opinión frente a la desigualdad, a la cooptación de sus libertades y por supuesto a la marginación social que viven diariamente. Esta mirada permite trazar enlaces entre la homologación cultural juvenil causada por el sistema económico mundial y la cotidianidad creativa de los jóvenes grafiteros, en donde las identidades colectivas toman forma y reconfiguran diariamente. Dicho así, la explicación de una dinámica cultural particular —en este caso la dinámica grafitera—, inmersa en una nueva organización del sistema socioeconómico, identifica al tiempo instantáneo y al espacio infinito como los factores esenciales que reconfiguran las lógicas juveniles, basadas en la preocupación de la rapidez de las impresiones, la participación espontánea y las imágenes discursivas.

La información empírica aquí presentada es producto de la investigación realizada entre 2001 y 2003 para obtener el grado de maestría; en dicho periodo tuve estrecho contacto con la comunidad grafitera de la ciudad de México.² El trabajo de campo abarcó el estudio de cinco colectivos grafiteros o *crews*,

² Algunas reflexiones al respecto fueron discutidas y otras sugeridas en la tesis de grado (Cruz, 2003). En el trabajo “Cotizados, vándalos y novatos. Grafiteros en la ciudad de México” detallo la complejidad de la identidad grafitera en la ciudad de México. Partiendo de los elementos básicos que unifican a los colectivos grafiteros, presento un abanico de personalidades dentro de esta cultura juvenil que permite identificar el respeto como dispositivo unificador (Cruz, 2007).

los Always Cunning *AC*, los Death National Squad *DNS*, los sin Dogmas sin Ignorancia y con Dignidad *DID*, los Puras Kopas o Pache Klub *PK* y los Formando Una Nueva Expresión *FUNE*. En dichos *crews* los límites de edad eran amplios: el rango etario era de 10 a 26 años. Aunque la mayoría de los miembros de dichos colectivos vivían en el sur de la ciudad de México, los lugares de encuentro y grafito se ubicaban en distintas zonas de la capital. Aún así, la investigación se centró en la delegación Coyoacán por ser en aquel entonces representativa de la escena grafitera. Datos de la Jefatura de Unidad Departamental de Apoyo a la Cultura Popular, de la Casa de Cultura Reyes Heróles del 2002, reconocían a la popular colonia Santo Domingo como el área con mayor presencia de signaturas grafiteras en dicha delegación. En su mayoría, los jóvenes grafiteros que formaron parte del *corpus* de la investigación eran estudiantes de secundaria y preparatoria; los de mayor edad regularmente habían dejado la escuela para insertarse al mercado laboral informal y muchos de ellos eran desempleados. Aunque estos jóvenes no aludían a las esquinas, el barrio o la colonia para definir su adscripción al grupo, es en esos espacios donde realizaban sus reuniones y la mayoría de sus producciones.³

³ Las producciones grafiteras son todas las signaturas elaboradas por estos jóvenes. Corresponden a estilos distintos los cuales dependen de las dimensiones ilegal o legal. Las primeras agrupan a los *tags* o firmas, los *wilds* o salvajes, los *bubbles* o bombas, los *throw ups* o vomitados; y las segundas agrupan a los *master pieces* u

PERSONAJES

Yo soy una chava calmada, pero agresiva cuando me dañan, o dañan a las personas que quiero, soy demasiado desmadrosa, pero me preocupo por mis cosas y responsabilidades. Soy buena amiga, pero la peor de las enemigas, muy entregada a las personas que se entregan conmigo, sin prohibiciones; no me gusta que me manden, pero a la vez reservada en algunos aspectos. Explosiva en ocasiones, impulsiva casi siempre, pero en ocasiones, pienso muy bien lo que tengo que hacer y mi peor defecto es ser negativa (Cruz Salazar, entrevista a *Farsa*, 2003).

Así soy yo, como que más relax que toda la banda grafitera. Empecé pintando *Rapaz* y es porque bailaba *rap*, bailaba *break* y toda la onda y *paz* por lo mismo que era yo tranquilo ya de ahí como que estaba mezclado. Y siempre he escogido así nombres, luego pinté *Llanto* por lo mismo que soy así y ya de ahí *Dócil* y me quedé con *Dócil*, así es como me identifico más porque soy tranquilo y a la vez sensible (Cruz Salazar, entrevista a *Dócil*, 2003).

Los grafiteros buscan prácticas y estilos que los identifican porque luchan contra la representación de la juventud enfocada a la preparación de un ser incompleto por medio de la escuela y el trabajo. Muchos jóvenes rechazan este tipo de enculturación y buscan otros elementos para constituirse como

obras maestras, los *cómics* o caricaturas y los murales.

sujetos sociales; tal es el caso de los grafiteros, cuya identidad juvenil se constituye a partir de una forma de vivir en la ciudad, de relacionarse con el espacio urbano y de dejar huella de su existencia.

Los grafiteros conforman grupos delimitados en donde cada uno de sus miembros conoce el sentir, la forma de pensar y actuar cotidianos de los demás. Además, sus colectivos contienen una lógica que a su vez responde a las expectativas de sus miembros. Aunque regularmente la comunidad de grafiteros en la ciudad de México la integran jóvenes varones de diversas clases sociales, sus *crews* se erigen de acuerdo con las vivencias compartidas en el momento, la naturaleza de las experiencias y el reconocimiento de aquéllas. Así, los integrantes de algún *crew* comulgan y respetan una lógica: “mover al *crew*” de acuerdo con el objetivo que lo defina. Si la meta del *crew* es la transgresión, se recurre al vandalismo. Los *crews* ilegales se dedican a realizar producciones que por definición cuentan con menos tiempo en su hechura (*tags*, *stickers*, *scratch*, *stencils*, entre otros); el estilo de éstos es en general monocromático por su factibilidad en el momento de la realización. Los *crews* legales son “conversos” ya que han pasado por su etapa de ilegalidad radical, en la que aprenden destrezas para la realización, adquieren una especialización en trazos, combinación de estilos, diseño y color. Los *crews* legales realizan producciones más complejas como los murales. Disponen de tiempo, permiso y material proporcionado por quienes los contratan y/o los coptan. Exis-

ten también *crews* mixtos en donde la lógica es la legalidad, aun si los integrantes continúan calladamente realizando producciones ilegales. A pesar de que la mayoría de los *crews* están integrados por varones –debido al riesgo que implica desafiar a las autoridades y pintar una barda en la clandestinidad–, hay *crews* de mujeres. En 2003 uno de los *crews* femeninos más famosos de la ciudad de México era el *13K* integrado por la *Mona*, la *Basic*, la *Farsa* y la *Dita*, grafiteras de renombre en aquel momento. De igual modo hay *crews* mixtos en donde conviven mujeres y varones. Otros *crews* se agrupan en torno a una combinación de prácticas juveniles como la de escuchar o bailar música *ska*, *hip hop*, *rap* o *break dance* y “vestirse guango”; todas estas características son elementos del consumo cultural juvenil orientado por el estilo de vida grafitero (García Canclini, 2001; Urteaga, 1998; Yúdice, 2003). Pocos *crews* agrupan a grafiteros veteranos que, además de ser los pioneros del *graffiti* en la ciudad, son conocidos porque trabajan como aerografistas para “preservar” su ser juvenil, aunque con un tinte distinto, pues ya son proveedores familiares o responsables económicos.

La existencia de lógicas grupales disímiles dentro de los *crews* permite evidenciar el grafito como una práctica compartida; es decir, como una actividad que actualiza la identidad juvenil conformada tanto por el conocimiento de las mismas técnicas y estrategias para grafitar el inmobiliario urbano (transgrediendo o no las lógicas espaciales de la ciudad), como por la actua-

lización-innovación constante que la práctica misma demanda a final de cuentas.

En la escena juvenil, los *crews* se presentan como grupos cerrados que exigen el reconocimiento de valores y conductas para marcar diferencias frente a otras culturas juveniles (por ejemplo los *darks*, *punks*, *rudde boys*, *patinetos*, *rastas*, *hippies*, etcétera). Sin embargo, el carácter múltiple de las identidades juveniles contemporáneas permite que los grafiteros cuenten con innumerables referentes simbólicos, no integrados entre sí, de modo que asumir la identidad grafitera no representa un destino intransigente. Esto demuestra que las identidades juveniles son cambiantes con el tiempo y exacerbadamente flexibles (Giménez, 1996; Reguillo, 2000; Ávila y Cruz, 2006).

Los *graffers* son jóvenes diversos con una cualidad que los identifica: el grafito. Reunirse en las esquinas a jugar, platicar, tomar una cerveza y/o hacer bocetos son actividades cuyo fin último es el de salir a pintar. Aun así, los grafiteros no necesitan siempre del *crew* para pintar; pueden sacar un plumón y “rayar discretamente” las puertas o los asientos del transporte público incluso estando solos.

Los grafiteros edifican sus fronteras a partir de elementos diversos que los identifican frente a otras colectividades; sin embargo, como referente inmediato encuentran en el mundo adulto la alteridad hegemónica no sólo por la condición etaria y generacional que los divide, sino por lo que la adultez les dicta en tanto cultura impositiva y prescriptiva dentro de la sociedad (Re-

guillo, 2000). Para estos jóvenes, las instituciones se presentan en una dimensión antagónica y radical; cualquier representación de éstas indica confrontación, por lo que la estructura social y el *status quo* les produce repugnancia y, generalmente, les significa conflicto. Sin embargo estas actitudes pueden comprenderse como respuestas a la constreñida situación económica de estos jóvenes, quienes al tener casi nulas opciones de estilo de vida, elaboran discursos de repudio al estilo juvenil generalizado en las sociedades, según el cual las nociones de éxito se vinculan con la escuela y el trabajo. El fracaso por no querer o no poder continuar con los estudios, por no obtener un trabajo bien remunerado al no estar suficientemente capacitados, los sitúa en el campo de la estigmatización social, que se convierte en un destino casi irrefutable por la característica que envuelve la misma práctica grafitera.

En esta tónica, la edificación de la identidad juvenil grafitera puede interpretarse como la creación de una inclusión social alterna, lo que se traduce en una posibilidad intencionada que se abrevia en el *tag* (elemento más significativo que permite el inicio de la vida del grafitero en donde se condensa la elección de estar fuera del orden establecido). En este sentido, el sobrenombre es el factor que permite el autotobautizo, un acto de re-nacimiento, liberación, autonomía y agencia (Giddens, 1991). La constitución del sujeto juvenil emana de la capacidad de elegir y hacer notar cómo uno quiere ser “distinto”, frente al resto de la sociedad que “no cuenta” –desde la visión *emic*–

con esa contingencia, mediante la selección de un nombre distinto al nombre de pila (Touraine 1992).

¿Porqué los grafiteros tienen sobrenombres? Porque eso es lo padre, yo no escogí llamarme Cristián sino que mis padres me pusieron ese nombre y tuve la oportunidad de ponerme algo que a mi me gusta o sea también no me iba a poner Antonio ¡no, pues no! Así como que lo chido es que uno busca algo de su personalidad, ¿no? O una palabra que fue importante para ti, o algo así, y ya por lo mismo que yo me considero así dócil por eso mi tag es Dócil. Igual unos no saben ni por ejemplo qué significa su tag pero unos se ponen Acid porque son bien acá (refiriéndose a la adicción que algunos jóvenes tienen con la droga conocida como “ácido”) (Cruz Salazar, entrevista a Dócil).

El tag o sobrenombre es elemental en la cultura juvenil grafitera, pues define la alteridad en relación con la autopercepción. A nivel grupal, el proceso de diferenciación-identificación cobra otra dinámica ya que las dimensiones son variadas de acuerdo con los referentes; en un primer plano está la condición etaria y en un segundo plano la condición juvenil. El “nosotros jóvenes” se diferencia del “ustedes adultos” como una suerte del inquebrantable binomio “mundo no institucional” vs “mundo institucional” o “informal” vs “formal”. Consecuentemente, la separación del “nosotros grafiteros” y el “ustedes no grafiteros” se da como una declaración de lucha explícita que busca otro tipo de éxito, el cual dialoga con

un orden sub-alterno entre las juventudes del momento. El extracto de la siguiente conversación entre dos grafiteros del crew Always Cunning ilustra el primer punto de mi argumento.

Tyrek: Alfredo, ese nombre es sólo para ir a pedir un trabajo, para la gente común y corriente, porque después de eso es el Tyrek, ante todo y todos. Alfredo no existe. El Tyrek está por encima de muchas cosas. Vestirse de marca o vestirse bien no significa nada para mí; tampoco tener estudios, sino que todo está en la forma de pensar, o sea, lo que uno sabe y aprende con el paso del tiempo.

Riel: ¡ah huevo! Tu nombre es para el resto de la gente, para la común, pero aquí para la banda uno es lo que escogió ser.

Tyrek: mi placa no significa nada, pero para mí, lo es todo (Cruz Salazar, entrevista conjunta a Tyrek y Riel, 2003).

Se observan aquí las separaciones establecidas entre “el resto de la sociedad” y “la comunidad grafitera”. A la primera no se le da la bienvenida porque tampoco ésta ofrece una inclusión en términos económicos –y como regularmente estos jóvenes no cuentan con el poder adquisitivo para acceder a mercancías como la ropa de marca, no entran en el diálogo capitalista que define la pauta de la estandarización cultural a nivel mundial–, por lo tanto, la opción consiste en crear comunidades imaginadas, simbolizadas por los valores y lineamientos alternos. Dicho así, la constitución de la identidad grafitere-

ra inicia con la inscripción del joven a una comunidad grafitera local, siempre y cuando cuente con los requerimientos indicados que le proveerán reconocimiento en su adscripción. El establecimiento de redes, puntos de encuentro e intercambio comunicacional le permite erigir espacios en donde resulta viable ser protagonista, si va más allá del cotidiano ciudadano. A la pregunta “¿conoces a algunos *crews* extranjeros o tienes comunicación con ellos?”, los grafiteros contestaron:

Killer: estuve en varios movimientos, estuve en la liberación de España también, luego hacía fanzines y dibujos para las portadas de los fanzines de España (Cruz Salazar, entrevista a *Killer*, 2003).

Doper: sí, tengo un cuate que según exiliaron de España, es un amigo, lo conocí cuando iba en la vocacional. Él dice que allá en España no es bien aceptado eso de rayar con permiso o sin permiso porque es contaminación visual para ellos. Él dice que lo estaba persiguiendo la policía y ya ha rayado varias veces. Él decidió venirse para México porque hay un poco más de libertad de expresión (Cruz Salazar, entrevista a *Doper*, 2003).

Set: sí. En este rollo se conoce a gente de muchos países, por ejemplo hace como tres años conocimos a un amigo que se llamaba *Jaguar*, bueno pintaba *Jaguar*, él es de Suiza, estuvo aquí pintando con nosotros dos-tres meses. Bien chido, otro pedo; ese güey, cuando teníamos una página anterior, nos mandaba mails, pero pues falló la página y ya no volvimos a saber de él.

Ahorita acabamos de conocer al australiano *Oi*, él dice que *Oi* significa algo como escuchar, dice que se puede escribir *Ohi* u *Oi*. También conocemos a mucha gente que viene del gabacho (Cruz Salazar, entrevista a *Set*, 2003).

Dócil: sí, desde que me hicieron una entrevista en una revista como que se me abrieron las puertas en todas partes y ya de ahí me escribieron un montón en mi correo, me dicen que vaya a Puebla, a Chiapas, incluso me escriben de Estados Unidos (Cruz Salazar, entrevista a *Dócil*, 2003).

Si bien la doble focalidad local-global representa un valor que refleja el hecho de estar actualizado, resulta prioritario expandir los contactos y difundir la propia identidad dentro del espacio local. Las reglas locales establecen límites identitarios que se basan en la competencia riesgosa, misma que les proporciona liderazgo, respeto y popularidad. En términos generales, lo anterior se expresa mediante la movilidad que va del anonimato al protagonismo. Las palabras de *Reak* dejan notar las contradicciones que dicho tránsito conlleva:

Yo no estoy pidiendo ayuda, ni espacios, yo pinto porque me gusta pintar y estoy en el *EKR* porque sé que es un *crew* respetado. Yo siempre estoy practicando y es obvio que a mí me gusta que sepan quién soy, que digan aquí estuvo el *Reak* (Cruz Salazar, entrevista a *Reak*, 2003).

Si bien el discurso grafitero no habla decididamente de una búsqueda

por la inclusión social o la demanda de espacios, paradójicamente toda práctica grafitera se orienta por los valores del “respeto” y el “reconocimiento”; la popularidad y la trayectoria grafitera están dirigidos a “dejar huella de la existencia y a ser identificado”. Al pintar, los grafiteros intensifican sus emociones y además ganan prestigio. “Soy la verga”, “estamos cabrones”, “nos la rifamos” son expresiones de éxito, entusiasmos y, sobre todo, de disputa simbólica.

No lo hago por activismo social ni nada de eso. Más bien es chido para el ego. Como que todos queremos tener cierto ego y es chido que pintes y digan “ese güey es de esa zona y *acá*” [el *acá* con énfasis refiere la buena calidad de la producción]. Eso está chido, eso de la competencia es chido porque así también como que te inspiras más y entonces pintas todavía mejor o tratas de hacer algo mejor que otros, eso es lo que mantiene a muchos más arriba siempre porque les gusta estar haciendo cosas mejores que los demás y también si es chido también eso se nota en las producciones y el lugar (Cruz Salazar, entrevista a *Ober*, 2003).

Nuevamente encontramos que el discurso apela a una competencia “no política”, por así decirlo, y a un autoentendimiento armonioso, aunque en realidad las pugnas por el reconocimiento constituyen el centro de toda la cultura grafitera. La negación de la membresía en el ámbito del *graffiti* se establece entre quienes pintan legalmente y quienes no lo hacen, lo cual es un hecho vinculado con la condición de clase de

los jóvenes. Quienes pueden financiar sus latas de aerosol durante muchos años son los que poseen mayor capital económico, en comparación con quienes negocian su ilegalidad tempranamente y pintan sus *graffitis* dentro del campo legal haciendo murales con material financiado por instituciones diversas. Esto sucede así porque si bien la práctica del grafito es transclasista, la mayoría de los grafiteros viven en colonias populares y son de clase social baja. Es común que habiten en compañía de una familia extensa, en casas rentadas, deterioradas y pequeñas. Los padres de familia de estos jóvenes regularmente son empleados, obreros o comerciantes que difícilmente llegaron a tener educación media superior. En la mayoría de las ocasiones estos jóvenes tienen que aportar un ingreso más a la familia y estudiar si les es posible. Menos son los grafiteros de clase media y media alta quienes tienen padres que han recibido educación superior y cuentan con un trabajo estable. Poseen hogares espaciosos, decorados y cuentan con automóviles propios. Estos jóvenes asisten a la escuela y dependen económicamente de sus padres.

Por lo tanto, a pesar de que todos los jóvenes grafiteros se inician pintando de manera ilegal, existen diferencias en la forma de practicar el grafito, de acuerdo con su extracción social. Así, quienes provienen de una clase social baja, permanecen menos tiempo pintando clandestinamente que aquellos que gozan de una situación económica más holgada; esta es la regla, en vista de que los jóvenes con pocos recursos constituyen una mayoría, no

sólo en la ciudad de México sino en todo el país. Por tal razón, los grafiteros de bajos recursos en algún punto de su trayectoria ilegal llegan a necesitar incentivos y apoyos económicos para “dejar de vandalizar y canalizar sus intereses al arte”. La negociación entre los grafiteros y las instituciones (Gobierno del Distrito Federal, Iglesia, escuelas, etcétera) que ofrecen espacios para que ellos pinten cada vez es más común. Como resultado de esta negociación se ha afianzado una de las críticas más feroces por parte de los grafiteros ilegales hacia los legales, “el *graffiti* siempre debe conservar su origen ilegal si no, no es *graffiti*” (Conversación entre los AC, *crew* de ilegales, 2003). No obstante, pocos jóvenes pueden vivir varios años invirtiendo en utensilios y aerosoles para sus pintas. El desarrollo de diseños y técnicas requiere una inversión monetaria de años, por lo que una salida conveniente para los interesados en seguir su trayectoria de grafiteros es su inscripción en la escena artística, acto que también implica fuertes confrontaciones con otros grafiteros, especialmente con aquellos que permanecen siendo taggeadores, ya que los que se inauguran como muralistas o piecero son los que paulatinamente se insertan en el campo de la instrucción artística-escolarizada para aprender técnicas de diseño y dibujo, lo cual los distancia de aquellos que sólo “vandalizan” y “rayotean”.

INTERPRETACIÓN

Dado que la comunidad grafitera no es homogénea, sus integrantes no com-

parten las mismas características, aunque sí la práctica juvenil. Como he señalado antes, muchos de los emblemas que representan la identidad grafitera dentro de la pluralidad juvenil se relacionan de modo intrínseco con las valoraciones respecto de ser un buen grafitero, lo cual se define a partir de los siguientes elementos: a) sobrenombre innovador y popular, b) pertenencia a un *crew* con trayectoria y renombre, c) conocimiento de la historia del *graffiti* a nivel mundial y local (orígenes estadounidenses y europeos del *graffiti*, la forma en que llegó o surgió en su ciudad y a los grafiteros más reconocidos en la escena local y global) y finalmente, d) manejo adecuado del argot específico para nombrar todas las producciones grafiteras, de manera que se note el dominio de técnicas empleadas para la elaboración de las mismas. Todo este conocimiento otorga membresía al grupo, a la vez que alimenta, reproduce y renueva a la cultura mundial grafitera.

¿Por qué la mayoría de los *crews* tienen nombres en inglés?

Porque el *graffiti* empieza en Nueva York, no en Europa, eso es mentira. El *graffiti* viene de Nueva York y entonces obviamente tú sabes que aquí en México tenemos ese defecto de traernos las cosas de allá. Aquí se revuelve. Algunas veces yo fui a Tijuana y otros venían del Gabacho, de Los Ángeles y de San Diego y más que nada los que iban traían la información gabacha y se fue corriendo, por ejemplo lo de *crew* y lo de *toy* venía de allá. Son tendencias americanas pero porque

en ese tiempo todavía no teníamos las nociones como ahorita ya de representar las raíces, como que eres más vale madre, es como se demuestra la evolución y la creatividad (Cruz Salazar, entrevista a Killer, 2004).

El sobrenombre, referido por los grafiteros como *tag*, “tagga”, “placa” o “firma”, representa la identidad individual; además el nombre del *crew* escrito en siglas indica la identidad colectiva; por ejemplo: *Hueko CHK*. Estos códigos lingüísticos conforman el argot de la

cultura grafitera y permiten utilizar un elemento para integrarse y actualizarse en la comunidad mundial, puesto que el conocimiento de los nuevos estilos o de las técnicas usadas en Berlín, España, Roma, París, Ámsterdam o Nueva York representan una directriz que traza la forma de comunicación entre quienes son parte de esta comunidad global-localizada. Así, el sobrenombre –como claro emblema de autoafirmación– es un pseudónimo que puede analizarse a partir de la presencia-ausencia local y su proyección global. Los *tags* *Killer*, *Drawer*, *Kopia*, *Ober*, *Doper*, *Reak*, *Hueker*, hablan de la reelaboración gramatical del idioma inglés a la vez que particularizan la experiencia y autoproyección.

La tendencia es que tanto el nombre del colectivo como el del grafitero sean escritos en inglés, aunque cada vez existen más palabras nuevas con vocablos del *spanglish*, es decir, palabras híbridadas que son resultado de la combinación del inglés y el español, como “grafitero”, “grafer”, “piecero”, etcétera.⁴

Al construir su jerga con préstamos de otro idioma surgen palabras resemanizadas y códigos específicos que denotan una compleja comunicación críptica. La misma palabra *graffiti*, de origen extranjero, ha derivado en una serie de adaptaciones que detalla la complejidad de esta escena juvenil: grafitero, *graffer*, grafitear, grafito, grafo, etcétera. Cuando estas palabras las utilizan los grafiteros, las conversaciones



Figura 1. Ober; Hueko y Killer del Team Vandal Action. Tres sobrenombres de grafiteros pertenecientes al *crew* TVA (Team Vandal Action), presentadas en estilo *tag* o firma, que indican la identidad individual y colectiva.

⁴ Véase Anexo A, “Glosario de términos y expresiones juveniles grafiteras”, en Cruz, 2003.



Figura 2. Integrantes del *crew FUNE* (Formando Una Nueva Expresión).

se tornan inaccesibles, pues cada una refiere o bien a un personaje, o bien a una técnica o herramienta. Por ejemplo, el grafo puede ser una firma en la pared, un boceto o un utensilio para grafitar. De ahí que los mensajes, aunque asalten el espacio urbano público, están ocultos frente al resto de la sociedad por la dificultad que sus producciones guardan en cuanto al estilo caligráfico y a su composición gramatical. Desde las formas de hablar hasta las de saludar son convenciones que muestran un desarrollo en el lenguaje, el cual manifiesta renovaciones lingüísticas inherentes a esta cultura juvenil. El argot grafitero es el indicio más claro de la estandarización de un estilo juvenil a partir de una práctica global-local, la cual permite ver la existencia de un uso intencionado de la lengua

que, al pertenecer a un grupo subalterno, los mantiene en la marginalidad. La comunidad grafitera en todas partes del mundo da nombre a las producciones, a la práctica y al grafitero de la misma manera. El nombre de las producciones no sólo están mundialmente reconocidas sino que guardan las mismas formas; entre éstas se encuentran los *tags* o firmas, *throw ups* o vomitados, *bombers* o bombas, *wild style*, deltas, *cómics*, *stencils* o plantillas, *stickers* o etiquetas, pisonos, entre otros.⁵

Así, esta práctica juvenil ha hecho que en el caló grafitero las palabras *graffiti* y *tag* den a luz a nuevos verbos en español como grafitar y taguear, innovaciones culturales que definen

⁵ *Ibidem.*

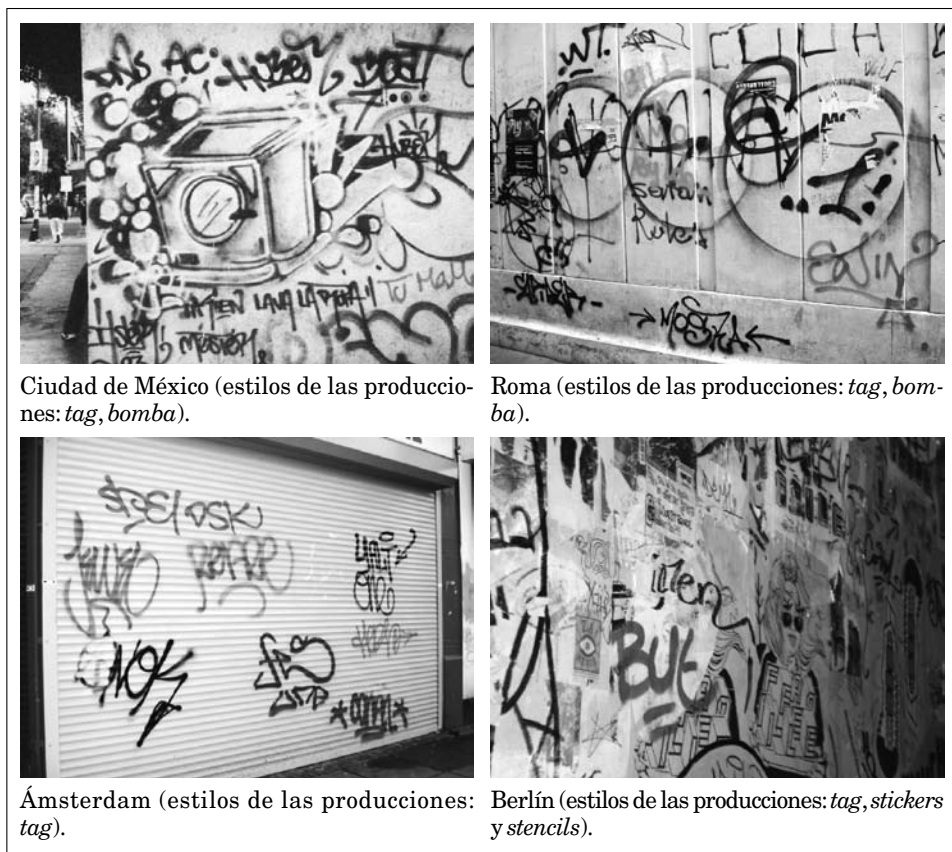


Figura 3. *Tags*, *bombers*, *stencils* y *stickers* en México, Roma, Ámsterdam y Berlín.

con precisión el tipo de grafitero que se es, de acuerdo con la clase de producciones que mejor hace o que con más frecuencia realiza. De tal manera que las distintas identidades suscitadas son *tagger*, *graffer*, *writer*, plantillero, *piecero*.⁶ Como señalé antes, aunque los nombramientos para estas produccio-

nes prácticas y para las identidades se estandarizaron en inglés, algunos se adaptaron localmente a diversos idiomas, con siglas o claves que dificultan su comprensión fuera del ambiente grafitero. La permanencia de morfemas como el sufijo “er” en los sobrenombres de grafiteros de varias partes del mundo y la presencia del morfema “graf” son claros ejemplos de la homologación cultural entre los grafiteros de todo el mundo.

⁶ Nombre con el que se identifica al grafitero que se especializa en composiciones que combinan dos o más estilos, es decir, “piezas”.

Tabla I. Enunciación de la identidad grafitera en la ciudad de México

Enunciación de la identidad juvenil		Enunciación de la práctica juvenil		
Autoidentificación y adscripción colectiva		<i>Graffiti</i> en general	Producciones	Acción
Yo pinto <i>Farsa</i>	Mi clave es <i>Ober</i>	Arte enlatado	<i>Graffiti</i>	Grafitear
Yo rayo <i>Reak</i>	Mi placa es <i>Hueko</i>	Arte callejero	Grafos	Plasmar
¿tú qué pones?	Mi marca	Arte en aerosol	Dibujos	Tapizar
Yo pongo <i>Due</i>	significa el mejor	Arte popular	Monos	Rayar
Soy grafitero	Mi <i>crew</i> es el <i>AC</i>	Arte urbano	Manchas	Taggear
Soy <i>tagger</i>	Hago sucios	Arte clandestino	<i>Scratch</i>	Escribir
Soy artista	Hago pintas	Creación cultural	Pinturas	Marcar
Soy escritor	Somos artistas	Escritura sobre	Pintas	Graffear
Soy <i>writer</i>	de la calle	pared	Mural	Plaquear
Soy ilegal	Soy artista de la	Muralismo	<i>Tags</i>	Plaqueando
Soy legal	imaginación	urbano	<i>Throw ups</i> o	Grafito
Soy <i>graffer</i>	El <i>Ober</i> es el	Expresión	vomitados <i>Bombers</i>	
Somos artistas	maestro de los	urbana	o bombas	
Somos vándalos	matices	Expresión	<i>Wild Style</i> o	
Soy adicto del aerosol	El <i>Killer</i> es veterano	popular	salvajes	
	Nosotros somos novatos	Forma de comunicación	Deltas	
			Tridimensionales	
			<i>Cómic</i> s	
			<i>Sencils</i> o plantillas	
			<i>Stickers</i> o etiquetas	
			Pisones	

En la enunciación de la identidad grafitera, las experiencias individuales y colectivas entrañan un punto de vista ciudadano (Silva, 1986), que se expresa en las paredes mediante el discurso oculto al utilizar el argot y mediante el discurso público cuando utilizan la calle como espacio de socialización (Scott, 2000). Este discurso se da a conocer también a través de material hemerográfico, videográfico y electrónico –fan-zines, revistas, *flyers*, videos, *cómic*s, páginas, blog, correos electrónicos–, insumos que constituyen una comuni-

dad amplia en donde las pláticas cotidianas versan sobre saberes comunes y recuerdos compartidos por una generación de grafiteros que sitúan la historia del colectivo y de sus personajes en la escena del *graffiti* mundial.

SE CIERRA EL TELÓN

Gracias a que las industrias culturales han extraído estilos alternativos y/o creativos de las dimensiones subalternas, los cuales tienen respaldo entre un grupo importante de jóvenes, su es-

tandarización mediante la producción masiva de artículos culturales ha edificado estilos de moda, promoviendo así la homologación cultural juvenil. La expropiación de la creatividad subalterna, característica de la cotidianidad juvenil, se traduce en mercancías como discos compactos, revistas, ropa, etcétera (Willis, 1998). En México, los chavos banda de la década de 1980 tenían como consigna de clase depauperada la frase “lo naco es chido”; más tarde, entre los chavos de clase media de la década de 1990, aquella frase apareció en la ropa de marca y este hecho evidenció la expropiación de un elemento discursivo de “la banda”,⁷ dicha expropiación también incluyó en el argot de los chavos “fresa”⁸ la palabra “güey”,⁹ propia de los chavos banda de clase popular. No obstante, en la historia juvenil mexicana, “lo naco” ha sido asociado a “lo vulgar”, el “mal gusto”, “lo popular” porque siempre se opuso irremediable a “lo fresa”, “lo *in*”, “lo de moda”, “lo burgués” y “lo de buen gusto”. Este ejemplo ilustra la forma en que el proceso de

estandarización cultural en las juventudes urbanas opera mediante la producción y consumo de ciertos productos culturales, re-creando la idea de una determinada identidad.

Lo anterior propicia no sólo la contextualización del espacio social de los jóvenes contemporáneos, sino la indagación de cómo conciben y construyen su identidad al habitar espacios urbanos mundializados, en donde la estandarización cultural es más evidente que en otras partes menos industrializadas. Por ello, la concepción de la ciudad de México como un espacio urbano inserto en un panorama de amplitud mundial económica, comunicativa y tecnológica supone observar tanto la coexistencia de procesos de homologación cultural juvenil como de formas de agrupación, estrategias de acción y liberación para conformar identidades en un sistema que no sólo ignora a los jóvenes sino que además los constriñe en términos económicos y sociales. Desde un punto de vista metodológico, la forma más precisa para acceder a los procesos globalmente homogéneos en relación con los localmente distintos consiste en identificar las especificidades de dichos colectivos e individuos en sus contextos particulares. Los productos culturales que son semejantes en todas partes del mundo, contienen sentidos singulares y están en diálogo directo con los discursos e imágenes de la globalización. La autopercepción del grafitero en interacción con la visión que los “otros” jóvenes y adultos tienen de él, representa un proceso complejo y relacional que depende no sólo de los individuos que interactúan entre sí, sino

⁷ En la década de 1980 nace este término para identificar a agrupaciones de jóvenes que se reunían en las esquinas.

⁸ Los “fresas” son quienes alardean de sus riquezas materiales y/o simbólicas. Se jactan de tener una condición de clase más alta que los demás aunque la mayoría de las veces no sea así. Son rivales de los “nacos”, identificados como los carentes de gusto y por tanto asociados a lo vulgar.

⁹ Esta palabra tiene un sinnúmero de acepciones que adjetivan a una persona. En México la usan particularmente las generaciones jóvenes como sinónimo de amigo, cuate, tonto, entre otras. En un nivel más abstracto esta palabra funciona como un sustituto para referirse, llamar o nombrar a cualquier persona.

de los contextos sociohistóricos en los que estos jóvenes se desenvuelven. Al situar a los jóvenes grafiteros urbanos en un espacio global-local y en un tiempo contemporáneo que alude a lo fragmentario y lo instantáneo, se puede comprender de mejor manera la introducción del *graffiti* en sus vidas y la resignificación que el *graffiti* le da a los jóvenes como actores sociales y la que ellos le dan al *graffiti* como práctica juvenil.

Este trabajo ofrece un análisis sobre las identidades juveniles con estilos y discursos globales, pero que poseen signos locales en donde se hacen evidentes las características del entramado social de las últimas décadas y en donde la heterogeneidad de los sujetos juveniles perpetúa la constante reelaboración de significados y emblemas particulares.

BIBLIOGRAFÍA

- AUGÉ, Marc (1992), *Los no-lugares. Espacios del anonimato*, Barcelona, Gedisa.
- ÁVILA LANDA, Homero y Tania CRUZ SALAZAR (2006), "Juventudes en la posmodernidad mexicana del siglo XXI. Identidades flexibles, dos experiencias con jóvenes urbanos", *Jóvenes, Revista de Estudios sobre Juventud*, año 10, núm. 24, enero-junio, pp.182-200.
- CASTELLS, Manuel (1999), *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, México, Siglo XXI, vol. I.
- _____ (2001), "Tecnología de la información y capitalismo global", en Anthony GIDDENS y Will HUTTON (eds.) (2001), *En el límite. La vida en el capitalismo global*, Madrid, Tusquets (Kriterios), pp. 81-111.
- CRUZ SALAZAR, Tania (2003), "Voces de colores. Identidades juveniles en el defencho metropolitano", México, tesis de maestría, CIESAS-DF.
- _____ (2007), "Cotizados, vándalos y novatos. Grafiteros en la ciudad de México", *Jóvenes, Revista de Estudios sobre Juventud*, núm. 27, México, pp. 6-25.
- _____ (2008), "Instantáneas sobre el *graffiti* mexicano: historias, voces y experiencias juveniles", *Revista Ultima Década*, núm. 29, Chile, CIDPA, diciembre pp. 137-157.
- FIGUEROA, Fernando (1998), "La calle como espacio extraoficial de comunicación y expresión estética: del adoquín al aerosol", ponencia, *Jornadas de Historia del Arte Contemporáneo 1968-1998: 30 años de contracultura*, 21 de abril, Madrid, Facultad de Bellas Artes – Universidad Complutense de Madrid.
- FOOTE WHYTE, William (1973), *Street Corner Society. The social structure of an Italian slum*, Chicago, The University of Chicago Press.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2001), *Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts*, Minnesota, University of Minnesota Press.
- GIDDENS, Anthony (1991), *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Península.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1996), "La identidad social o el retorno del sujeto en sociología", en *Identidad, III Coloquio Paul Kirchoff*, México, UNAM.
- GOFFMAN, Irving (1981), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.
- HANNERZ, Ulf (1990), "Cosmopolitans and Locals in World Culture", en *Theory*,

- Culture & Society*, núm. 7, Londres/Newbury Park/Nueva Delhi, Sage, pp. 237-251.
- ____ (1996), *Transnational Connections. Culture, People and Places*, Londres/Nueva York, Routledge.
- HARVEY, David (1998), *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Buenos Aires, Amorrortu.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2006), *Anuario estadístico*, México, INEGI.
- KEARNEY, Michael (1995), "The local and the global: the Anthropology of Globalization and Transnationalism", *Annual Review of Anthropology*, núm. 24, pp. 257-265.
- MARCIAL, Rogelio (2008), "Jóvenes en diversidad: culturas juveniles en Guadalajara (México)", *Revista Comunicación, Media y Consumo*, Sao Paolo, vol. 5, núm. 13, julio, pp. 17-92.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (1995), *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Guadalajara, ITESO.
- ____ (2000), "Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", en Gabriel MEDINA CARRASCO, *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, México, El Colegio de México-Centro de Estudios Sociológicos.
- SCOTT, James (2000), *Los dominados y el arte de la resistencia*, México, Era.
- SILVA, Armando (1986), *Graffiti: una ciudad imaginada*, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.
- ____ (1987), *Punto de vista ciudadano: focalización visual y puesta en escena del graffiti*, Bogotá, Instituto Caro y Cuervo.
- TOURAINÉ, Alain (1992), *¿Podremos vivir juntos?*, México, FCE.
- URTEAGA CASTRO-POZO, Maritza (1998), *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*, México, SEP.
- YÚDICE, George (2003), *The Expediency of Culture: Uses of Culture in the Global Era*, Durham, Duke University Press.
- WILLIS, Paul (1998), "Notes on common culture. Towards a grounded aesthetics", *European Journal of Culture Studies*, vol. 1, núm. 2, Londres, Sage, pp. 163-176.

ENTREVISTAS

- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Killer*, 2004.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Dócil*, 2003.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Farsa*, 2003.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista conjunta a *Tirek y Riel*, ciudad de México, 2003.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Picues*, 2001.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Reak*, ciudad de México, 2003.
- CRUZ SALAZAR, Tania, Entrevista a *Set*, 2001.