

DESMADERNOS: A la búsqueda de rastros de graffitis en el nuevo orden cultural

Jorge García Marín

Dpt. Sociología da Universidade de Santiago de Compostela

EMail: cpbolfil@usc.es

“Los animales asombrados, pasaron su mirada del cerdo al hombre, y del hombre al cerdo, y, nuevamente, del cerdo al hombre, pero ya era imposible distinguir quien era uno y quien era el otro” (G. Orwell)

Veo gente sin rostro/ todos imitaciones de otros/ anónimos y sinónimos/ todos iguales a todos/ unos igual a muchos, anónimos y sinónimos/ ellos quieren estar a la moda/ a ellos les preocupa el que dirán/ ellos no crean problemas/ ellos no entienden la individualidad/ anónimos y sinónimos/ ellos prefieren seguir en silencio ante lo que les impone el sistema (Demón)

Entrar en el mundo del graffiti significa entrar en el mundo de la clandestinidad, del anonimato, de la espontaneidad, de la velocidad, y de la fugacidad entre otras dimensiones. Reglas de jerarquización y reglas de ejecución delimitan una actividad que reclama su parcela en el mundo urbano y que inicialmente pretende subvertir el sistema. El graffiti nace en el New York de los últimos años 60 y primeros 70 y va ligado al fenómeno conocido como hip-hop, el término hip-hop determina un contexto cultural que abarca el rap, el break dance y el graffiti. Su llegada a Europa sigue las mismas premisas.

¿Cual es el panorama de este denominado “arte subversivo” hoy en día? ¿sigue siendo subversivo? ¿no es hoy el graffiti por asimilación un elemento más del sistema desprovisto de todo carácter de rebeldía?. La reflexión que podemos hacer sobre nuestro graffiti es muy distinta de la que se podía realizar hace 30 años o la que se puede realizar desde otros contextos socioculturales más resistentes a la globalización cultural hegemónica actual. Es indudable que las ciudades siguen tagueadas y las

manchas geométricas y laberínticas reclaman su atención en medio de paisajes urbanos saturados de neones y vallas publicitarias que compiten en estética y provocación. Pero, ¿que se busca hoy en día con el graffiti?, ¿que se quiere transmitir? ¿por qué ayuntamientos protegen muros pintados de graffitis como bien turístico? ¿no es el graffitero “domesticado” un perfecto ejemplo de adaptabilidad y de expresión de la imposibilidad de escapar al sistema?. Recientemente en un canal de televisión en dos de sus telediarios más vistos y durante un fin de semana se realizó una semblanza sobre el graffiti y la violencia, se presentaba la actividad de graffitear un metro como un buen ejercicio para eliminar adrenalina y se hacía referencia a una serie de videos que se comercializan en tiendas especializadas y donde se recogen algunas de estas aventuras...., daba toda la impresión de que se nos estaba vendiendo “rebeldía” en pequeñas cápsulas. El graffiti como “mal menor” es recogido también en la revista “Policía Municipal” (nº 506, octubre-noviembre 1997, pp. 31-32) : “...una actividad que si bien es reprobable socialmente podría constituir un mal menor en relación a otros comportamientos, asumidos por sectores juveniles, como la violencia o el consumo de drogas que tienen puntos significativos de contacto como elementos de socialización desviada con la subcultura del graffiti y que posee una dimensión más dramática y aún irreversible”

La centralidad del discurso graffitero desde la década de los 80 en los tags (“muelle”, “bleck la rata”, “rafita”, “tifón”, “OMP”,), dejando de lado el aspecto reivindicativo, ideológico, social o político, y la preeminencia del aspecto autopromocional, estético y de diseño, es el primer paso que conduce a primar la difusión cuantitativa de la propia firma, la dificultad de su inscripción, sobre los propios mensajes que generalmente aparecen vinculados al mundo de las tribus urbanas y que están muy ocultos o son totalmente inexistentes (cada vez menos referencias a temas como las referencias antixenóbofas, la critica a los fascismos, la legalización de determinadas drogas,.....). La socialización en estas subculturas participa menos de ideologías y más de capacidad de compra de estéticas que permitan vivir una aventura y una emoción de riesgos personales a través de la ocupación simbólica del espacio público.

La juventud entre pautas culturales individuales vs galaxia Mc Donalds

Es difícil situarnos en el mundo del graffiti sin una pequeña reflexión que enmarque los parámetros que definen la condición de adolescente/post-adolescente/joven, y los agentes de socialización que conforman sus pautas de conducta en la sociedad macdonalizada.

Indudablemente el discurso de nuestras sociedades neoliberales conforman un curioso binomio de dependencia económica/independencia psicológica en los jóvenes. Nuestros jóvenes y no tan jóvenes presa del síndrome de Peter Pan (o miedo a crecer) se ven incapaces, hasta edades inconcebibles en otras culturas, de asumir las totales responsabilidades que se le suponen a la edad adulta. Nuestra sociedad tutela al máximo a los jóvenes hasta tal punto de atrofia que los propios estudiantes universitarios (como si se tratara de una curiosa selección social darwiniana al revés: selección de los menos aptos), en una gran proporción, no tienen ni idea de lo que buscan, lo que quieren o sus ideales de vida. Tal y como destaca Verdú (2003: 58) “nunca como en estos años se han publicado tantos libros de psicología sobre la regresión a la infancia, ni se han registrado tanto fenómenos de jóvenes que se resisten a ser adultos”.

Esta es una época de juventud light, de las tribus urbanas sólo quedan las estéticas recuperadas una y mil veces a través de las pasarelas (revival hippy, vueltas a los setentas...), y que ya no asustan ni a padres ni a policías. No hay nuevas propuestas visibles que no sean remix de lo vivido, nuevas estéticas, nuevos lemas, nuevas significaciones culturales, ni publicaciones alternativas, ni sabor a inconformismo (a pesar de vivir en parámetros de tráfico de influencias, guerras, especulación inmobiliaria, explotación sexual, xenofobia, discriminación sexista, precariedad laboral...). No hay peligro de que estalle una bomba social urbana, la paz está garantizada por una juventud que es un actor más de la burocracia globalizada y presa de las redes del conformismo a través de las rutinas cotidianas que plantean la multitud de referentes simbólicos, inmersos en jaulas de hierro atestadas de monotonía: currículums para no pensar, televisión basura, política basura...

Todos los agentes de socialización (familia-mass media-educación-multinacionales) se empeñan en ofrecernos mundos paradisiacos, utilizando la sobreprotección como mecanismo de absoluto control inclusive sobre las facetas de desorden. Hasta la presencia de músicos callejeros necesita de la burocracia a efectos de conseguir permisos para ejercer esta actividad, y mientras esto sucede los grupos musicales que más venden y que más presencia mediática tienen nos atrofian con letras políticamente correctas y huecas de contenido social, con reminiscencias de noticiarios televisivos. De esta forma, un botellón (y su consiguiente ley represora), un graffiti (y sus sanciones) o un acto de sabotaje contra el equipamiento urbano, son las estrategias seductoras que sirven de identificación a la rebelde adolescencia, y el rito de paso para la sociedad neoliberal de consumo atroz.

La nueva racionalidad que todo lo engulle se parece a una puerta giratoria que nos conduce a la habitación de los modelos culturales de referencia. El engranaje de la puerta lo mueven los distintos agentes de socialización a la velocidad que quieren, y marcando el hueco que debemos ocupar. Cualquier intento de modificar los parámetros definidos por esa puerta implicaría retornar al punto de inicio o utilizar la propia fuerza contra uno mismo, siendo así el único culpable del “tropezón” o de la falta de progresión. La idealización de sí mismos a lo largo de este viaje se constituye a través de las distintas representaciones del bucle simbólico del Mundo Rem (Ver García Marín, 2003, pp. 29-30), auténtico motor de la puerta giratoria.

¿Graffiti como arma en la desmodernidad?

Durante mucho tiempo se ha situado el graffiti como una de las más claras manifestaciones de la contracultura en su oposición a la racionalidad tecnocrática norteamericana. Tal y como lo entiende Gaytán (2001: 26) “guerra, consumismo, disciplina, excelencia y vigilancia social fueron los blancos preferidos de los gurús contraculturales”. Siguiendo al mismo autor, y su ironía sobre la modernidad, en forma de “desmodernidad” como descolonización desde la vida cotidiana, habría que analizar si el graffiti es arma de desmodernidad en tanto que “ámbito desde donde se

combaten los presupuestos culturales hegemónicos” o simplemente es un elemento más de nuestra pre, pos o re modernidad, en lo que tiene de elemento de capitalismo de consumo.

Seguramente, lo difícil ahora sea definir, para los nietos del Welfare State, que es lo contracultural, bien definido en otras décadas y contextos. Alguna de estas dimensiones que situaba Gaytán ahora no sólo no son cuestionadas sino que son buscadas en defensa del nuevo orden social y de los nuevos globalitarismos. ¿Qué lugar le corresponde a los graffiteros en este orden social, más allá del “getting up” (dejarse ver)? Indudablemente que estos jóvenes, mayoritariamente hip hoperos, de clase media, revelan sus inquietudes culturales y artísticas no del todo compatibles con el sistema social y cultural. Sus descreencias políticas, sus desencantos y sus individualismos coronados por estéticas mercantilizadas (gustos, atuendos, peinados son explotados por multinacionales) apenas logran transmitirse en sus huellas policromadas.

No podemos pasar por alto, frente a la mercantilización del mundo del graffiti, que un aspecto muy importante para los escritores era el arte del racking up (mangar); les resultaba deshonroso reconocer que habían comprado un spray. Todo el material de trabajo debía ser robado. Normalmente acudían todos juntos a robar el spray, utilizando para ello diversas estrategias. El graffiti en los últimos tiempos ha creado a su alrededor un mercado no sólo de material diverso sino también en torno a los propios graffiteros demandados desde gobiernos, empresas, administraciones,..... siendo el graffiti una forma más de plusvalía posmoderna en el nuevo contrato social.

Quizás los aerosoles como vehículo poético forman ya parte de un inmovilismo que desampara a la imaginación.

Buscando los rastros....

En este trabajo realizamos un recorrido por los territorios gallegos a la búsqueda de tribus, temas, estilos y tendencias dentro de esta particular cultura. Pondremos nombres a lo colectivo y bucaremos en algunos de los jeroglíficos que descolonizan nuestras funcionales arquitecturas.

Estilos utilizados:

Estilo flechero: El nombre o tag se subraya con una flecha o línea cruzada (ver foto 2)

Estilo New York: Letras muy juntas, torcidas ligeramente hacia la izquierda y terminadas en punta. Da sensación de tensión.

Estilo París: Letras amplias y separadas, dan sensación de soltura

Estilo burbujas (pompa o bubble): Letras redondeadas y “ahuecadas” dando la impresión de estar infladas. Recordar en este estilo a PHASE 2, un escritor del Bronx que bautizó este estilo y desarrolló muchas variantes de su estilo original (phasemagorical fantástico: letras pompa con estrellas alrededor; pompa nublado: letras pompa sombreadas; estilo tablero de ajedrez: letras pompa sombreadas en blanco y negro como un tablero; pompa gigante: letras pompa desproporcionadamente más grandes en su parte superior; chorro exquisito: letras pompa torcidas y ralladas). Muchos otros escritores siguieron su ejemplo creando y dando nombre a variantes de la letra pompa.

Estilo 3D: Letras en perspectiva. PISTOL I, escritor de Brookyn, fue el autor de la primera obra con letras tridimensionales.

Estilo Wildstyle: Letras con trazos agresivos configurando formas difíciles de leer y donde se entremezclan distintos trazos muy enrevesados y aparentemente caóticos. (Ver foto 1)

Estos estilos empleados demuestran una línea común a graffiteros de otros contextos. No hay aportaciones originales a estos estilos y la práctica totalidad de graffitis y tags responden a algunos de estos cánones y a los mismos adornos, flechas y espirales.

Grafiteros:

Pontevedra:

Remo, Nape, Kema, Muze, Genio, EPK (escritores de Pontevedra capital), NANO, KOS, CRAWLER, AKE, EKF, Brake, Dais, Pobe, Joya, Golfo, Steph, Combi, Boze, Hanes

Vigo:

Fin, KVC, Gospel, LBG (La Buena Gente), Nano 4814 (miembro del Ego Trip), Pira, Coke, DDL (demonios del limbo), Antony, USC, Vigozoo, La familia, la nueva ciencia, CRF, CM (colectivo mierda), Jaula, Nine, Lugo, “la maphia”, Comic, SCOTT, CHUBY, Barrio Sound, Pánico, Borjamari, Antoni, Menta, KMR, ASK, GENIOS KAOS, Acontraola, Auro, SESH, SMASH, KIUNG, NRH, Noroeste hip-hop, KENNY, ED, MCS, SOMO, WASH, BEKY, Oi!, MISKA, Error!, LSK, SCOTT, KOOK, TR, Noise proyect, Je!, KRUSTY, vandals, Zona Urbana, Iria, Blood, Antoni, 3.Girls, ALEYONE, SOS, PIB, SLIPEE, JN, ONE-G, LOCURAS, KO, BARRIGRAPH

Ourense:

Westi, Tiswen, Dafer, TADL, TRUE, Brais, Xekta, Szec, Virus

A Coruña:

KD (Klan Dali), WC (Guarros del Color), ASKO, SPM, ACME, KING, DERU, DARK, Boom, KS (Komando Spray), DIOS, AISER, SUARK, SIKK, KAROA, RIN, RN, SVOSY, VDS, TOYS, SWEP, GUAN1, BKSC, KAIS, DABO, BB, BRUNO

Lugo:

DADO, Yoe, MARTE,

Santiago:

Vato, NIT (Ni idea Team), Klima, Piñas, Maria, Charro, Yato, Oso, Rey, MAZ, LSR, CGRS, JTS, SFDK

Ferrol:

COLLO, ZEP, BG, SAM, FBI, SHEN, RE, SNEM, RASE, CIES, BIOMU, HODE, MAS, COBI, DEP, ELF, BPI, ALBAZ, SON, NASH, CARS, TRASNO, North Connection (Bman, Trasno, Myox), EEA (Explota el arte), NARRY, GSP, RENE, CHARLES

Entre las características que predominan entre los graffiteros gallegos está el hecho de concebir el graffiti como arte que adorna la ciudad, son ajenos a ideologías políticas, pintan por recrearse y recrear. Sitúan sus obras en lugares muy concurridos (zonas visibles, carreteras importantes, vías de tren, estadios de fútbol, parques....), si bien otros grupos se caracterizan justamente por lo contrario, es decir, el graffitear en barriadas del extrarradio, en barrios populares. Para sus graffitis utilizan variedad de colores, no se puede destacar uno determinado, y coinciden en el hecho de utilizar siempre diminutivos, siglas, pseudónimos que pueden ser de la banda a la que pertenecen. Generalmente comienzan pintando un fondo en la pared antes de realizar el graffiti que puede ser pintura corrida, burbujas, círculos o ramificaciones en forma de grietas, llamaradas de fuego.... A partir de aquí varían las letras (distintas formas geométricas), colores, sombras, adornos, dibujos. En pocas ocasiones incluyen lemas y habitualmente si salen una serie de siglas a modo de dedicatoria, que la mayoría de las veces se corresponden con nombres de otros graffiteros o tribus. Los graffiteros son bastante autómatas, trabajan en equipo y diferenciando claramente sus roles.

Lemas:

“No quiero ver.....aunque no puedo evitarlo”

“Kasi siempre respetando y Kuando no.....me arto de cagarme en todos”

“Paz y respeto”

“Si, si!! muy sucio, ¿y qué? es el crawler”

“Siempre viene bien un buen porro, después de una buena follada”

“Piensen lo que quieren”

“A todos aquellos que ocupan un lugar en mi mente y corazón....¿y a los que no están? Respeto. Os quiero”

“Lapidando chusma”

“Vendiendo nichos”

“Vendiendo muerte”

“Toda pa mi vena”

“Putas chutas”

“Pa todos los mescalínicos y adrenocromoadictos”

“Para el cuerpo 32, para servir y proteger”

“Os veo a todos”

“Esquivando entra a vuelo raso”

“Pasó el otoño”

“Un sueño prohibido, la libertad”

“Te amo puta”

“No te rompas la cabeza por amor”

“Mi padre es abogado, por eso me hago el fondo tan grande”

“No hay un único stilo”

Temas:

Mestizaje, drogas, sexo, política, cultura graffitera (vestir, sprays.....), otros (dibujos animados, seres mitológicos, amor....)

Conclusiones.

No podemos considerar el graffiti como ese otro lenguaje con el que López Petit (2002) denomina a los programas de subversión (“subvierten la obviedad y atacan la realidad”). Más bien el graffiti ha pasado a constituir nuevas imágenes reproductoras del imaginario de la modernidad, reflejos mediáticos en el que los jóvenes sitúan a los publicistas y a los mass media como gurus culturales, como sus nuevos profetas (saben lo que busca la juventud y les ofrece sus paraísos de bienestar). Lejos de la desmodernidad, el entresijo de modernidades fracasadas se mueven en otros escenarios, mientras los graffiteros linkean con propuestas adjetivadas desde el poder. Estas manifestaciones, denominadas a veces como contraculturales, obviamente son inofensivas. Tal y como dice Gaytán (2002:176) “la contracultura como virus que quiso contaminar a los medios de comunicación, pero que terminó infectada por una especie de síndrome de inmunodeficiencia contracultural. Sin defensas culturales profundas, la contracultura ha sido evaporada y pasteurizada para terminara en el supermercado de la nostalgia”. Lo uno y su contrario, todo forma parte de la misma realidad, de la misma uniformidad con que nuestras sociedades globales nos invitan a convivir. Estamos fragmentados, somos mayorías silenciosas, todos iguales no necesitamos ninguna rebelión en nuestra granja.

Bibliografía

García Marín, J. (2003): “Manifiesto publicitario de los noventa: nuevos roles de género en el Mundo-Rem” en *Publifilia*, nº 7, pp. 29-34

Gaytán Santiago, P. (2001): *Desmodernos: crónica subpunk de algunos movimientos culturales en la submetrópoli defeña*, Universidad Autónoma del Estado de México.

López Petit, S. (2002): “La vida como acto de sabotaje” en *Archipiélago*, nº 53, pp. 31-35

Verdú, V. (2003): *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*, Ed. Anagrama, Barcelona.

Anexos



Foto 1: Ejemplos de Estilo Wildstyle



Foto 2: Ejemplo de tag (firma), en estilo flechero





Foto 3: Unos de los pocos graffitis con referencias a temas políticos de actualidad: 11S y Bin Landen