

ESCUELA NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

*Neza es graffiti y calle; nosotros somos calle. Un acercamiento al
graffiti de Nezahualcóyotl.*

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN Antropología Social

PRESENTA:

Jorge Yael Oropeza García

DIRECTOR DE TESIS: *Dra. Olivia Dominguez Prieto*

CIUDAD DE MEXICO

2021

Índice.

Índice.	2
Agradecimientos	5
Introducción	7
Capítulo 1: Elementos teóricos y construcciones.	17
1.1 Antropología del Arte	18
1.1.1 Agencia	19
1.1.1.1 Índice	24
1.1.1.2 Artista	27
1.1.1.3 Destinatario	28
1.1.1.4 Prototipo	29
1.1.2 Agente-Paciente.	29
1.1.3 Agente primario y Agente secundario.	30
1.1.4 Agente Graffitero.	31
1.1.5 Agente Instituciones	32
1.2. Antropología Urbana y Espacio público	33
1.2.1 Espacio Público	35
1.2.1.1 Espacio público como apropiación.	36
1.2.1.2 Aspecto biográfico en la construcción del espacio público	37
1.2.1.3 Disputas por el espacio público	39
1.2.1.4 El papel de la calle en el Espacio público	40
1.3 Graffiti.	43
1.3.1 Graffiti ilegal	45
1.3.2 Graffiti Legal	46
Capítulo 2: Marco histórico del graffiti y su llegada al municipio de Nezahualcóyotl.	49

2.1	Los movimientos estudiantiles y el graffiti.	50
2.2	Largo peregrinaje desde Nueva York hasta Neza York	54
2.2.1	Nueva York principalmente pero también Filadelfia y Chicago	55
2.2.2	California y lo cercano a México	63
2.2.3	Tijuana	64
2.2.4	Monterrey	67
2.2.5	Guadalajara	68
2.2.6	Neza York	71
2.3	Breve historia del municipio de Nezahualcóyotl.	73
Capítulo 3: Cambios, configuraciones y transformaciones en los Agentes Graffiteros.		79
3.1	La diversidad de habitar la periferia	80
3.2	Primeras generaciones de graffiteros en Nezahualcóyotl	85
3.2.2.1	Disputa por los espacios	94
3.2.2.2	Establecimiento de un mercado para la circulación de materiales especializados.	96
3.2.2.3	Generación de un discurso de evolución.	102
3.2.2.4	Diálogo establecido con la población	108
3.3	Los Agentes graffiteros.	111
Capítulo 4: Transformaciones en la agencia.		136
4.1	La definición desde los Agentes.	137
4.1.1	Índice desde el graffiti (índice-graffiti).	138
4.1.2	Artista desde el graffitero (Artista-Agente graffitero).	139
4.1.3	Destinatarios en el graffiti	143
4.1.4	El prototipo en el graffiti.	145
4.2	Sustitución de valores	147
4.2.2	En el graffiti legal	162
Conclusiones.		174
Glosario.		179

Referencias Bibliográficas	181
Páginas de internet consultadas.	189

Agradecimientos

Hay incontables personas a las cuales agradecer por el apoyo, la espera y la colaboración en este trabajo.

Apoyo porque más allá de las frases alentadoras me recordaron el sentido de este trabajo, el objetivo al cual se planeaba llegar y estuvieron ahí siempre que los miedos hacían dudar; porque escuchaban atentamente las ideas que tenía y en cada una había un descubrimiento, un punto pasado por alto, olvidado o no visto

Espera por el tiempo que llevó realizar este trabajo, no por su complejidad sino por el constante miedo al que me enfrentaba; sé que muchas personas se desesperaron y otras dieron por perdido el trabajo pero al final se pudo concluir.

Colaboración por el tiempo y las experiencias compartidas para redactar este trabajo.

Pero hay personas que merecen mención, entre ellos se encuentra mi familia a la que le agradezco el apoyo y la espera en la redacción de este trabajo.

También se encuentran los compañeros de la ENAH, de la carrera de Antropología Social por todo el apoyo y la escucha brindada. En especial a Pipo, Mono, Chochi, Paco y Antonio por toda la juerga antropológica.

A Olivia por el gran apoyo y colaboración que brindó incluso cuando las cosas se pusieron difíciles.

A toda la banda graffitera, por la gran colaboración que tuvieron en este trabajo y por todas las veces que, al hacerme preguntas, me abrían nuevos horizontes.

A Alejandra por todo el apoyo brindado, la espera y el caminar juntos, no solo para desarrollar este trabajo sino en la vida, a veces lento, a veces rápido, a veces

lejos y otras apenas a la esquina, a veces a lugares nuevos y otras a lugares conocidos; todos y cada uno de esos pasos -con sus respectivos y ocasionales tropiezos- nos han ayudado a enfrentar nuestros miedos y desenredar nuestros pensamientos.

Introducción

Cada vez es más alto el número de personas viviendo en las ciudades, haciendo que prácticas homogéneas para los habitantes atraviesen diversas resignificaciones introducidas por las personas que llegan, por diferentes razones y bajo diferentes condiciones, a los espacios urbanos. Sin importar el origen, ya sea que provengan de pueblos, rancherías, ciudades pequeñas o incluso de igual tamaño, estos sectores de la población comienzan a construir una ciudad específica, tienden a homogeneizarse con el espacio al que se llega pero, a su vez, están en constante cambio. Estas relaciones, esta construcción de la ciudad resulta en un espacio público urbano, un espacio no estable, en el buen sentido, cambiando de forma cotidiana pero conservando algunas relaciones específicas, variando cada día en su contenido. Mantiene su forma el mayor tiempo posible, un espacio físico construido para el tránsito cotidiano de las personas que algunas veces se encuentran y generan relaciones sociales; para otras, sólo es el trayecto del punto A al punto B. El caso de la Zona Metropolitana del Valle de México es extremadamente diverso, generando centros y muchas periferias.

En una de estas periferias se encuentra el Municipio de Nezahualcóyotl, específicamente al oriente del Estado de México, colindando con la hoy nombrada Ciudad de México. Este cuenta, en el año 2020, con apenas cincuenta y siete años; suficientes para construir una de las demarcaciones más densamente habitadas del país. En este lugar se condensaron una serie de prácticas sociales y culturales, algunas traídas de otros estados del país como la Guelaguetza, otras generadas en el municipio como los Hoyos Funky, todas ellas impulsadas por un fenómeno que marcó a la población fundadora del municipio: la migración. Ya fuera que los pobladores hayan optado por buscar otros lugares dentro del país para asentarse, o que se fuera en busca del “sueño americano”, la migración fue y sigue siendo un factor importante a la hora de hablar sobre Neza, tanto así que se le conoce como

Nezayork, debido a las diferentes conexiones que se establecieron con esta ciudad norteamericana debido a la migración.

Entre los elementos sociales y culturales que fueron posibles gracias a la migración se encuentra el *graffiti*, una práctica generalmente asociada a los *writers*¹ de Nueva York pero que, como se verá en la presente investigación, tiene orígenes diversos, que pueden encontrarse tanto en las poblaciones de origen mexicano en el sur de Estados Unidos como en los movimientos sociales -principalmente estudiantiles-. En el municipio de Nezahualcóyotl obtuvo una importante significación por parte de los graffiteros durante los noventa, cuando se da un auge en esta práctica; los graffiteros establecieron conexiones dentro y fuera del país, lo que les permitió el intercambio de conocimientos y técnicas.

La presente investigación busca analizar la *Agencia* de los graffiteros del Municipio de Nezahualcóyotl desde la segunda mitad de la década de los ochenta, hasta el presente, tomando en cuenta la relación que tuvieron con las instituciones (gubernamentales, artísticas y académicas) y los procesos urbanos que propiciaron el desarrollo y la aceptación del graffiti en el municipio.

Esta investigación es el resultado del trabajo realizado desde 2016, alternando constantemente entre investigación documental o de gabinete y trabajo de campo, concluyendo en el año 2020 donde, por motivos de la pandemia provocada por el COVID-19, hubo que adecuar el esquema de trabajo y de igual manera se aprovecharon todas las oportunidades que se presentaron para enriquecer la investigación.

El graffiti en el municipio de Nezahualcóyotl ha tenido gran importancia para la escena y/o movimiento de esta expresión cultural, es por esta razón que surge el interés por ahondar más en la perspectiva que los mismos graffiteros del municipio tienen respecto a lo que se gestó en los espacios cercanos, en las calles.

A continuación, se hace mención de algunas citas referentes a la importancia de la llegada del graffiti a la zona oriente del Estado de México:

¹ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *graffiti* y *writer*.

Pero fue en ciudad Nezahualcóyotl (o Nezayork como se le conoce popularmente) donde- mientras el boom de la banda estaba en su apogeo- surgió la visión local del graffiti, influido por el muralismo urbano que ahí tiene tradición (Ortiz, 2006: 24).

Por supuesto que es en la periferia de la ciudad, es decir, en la zona conurbada del Estado de México... donde empieza a gestarse la semiosfera de los escritores de graffiti de la Ciudad de México... principalmente en Nezahualcóyotl, fue en donde comenzó la asimilación... Mediante la dinámica migratoria de la población de un gran número de municipios del Estado de México hacia las distintas ciudades de los Estados Unidos, se produjo un flujo cultural que facilitó las condiciones para que las culturas como la de los cholos y la de los escritores pudieran desarrollarse plenamente en la Ciudad de México (Pedroza, 2010: 133 y ss.)

(...) algunos escritores mencionan que el graffiti llegó a mediados de los años 80's por ciudad Nezahualcóyotl (ciudad Neza o Neza York) ubicado en el Estado de México. Ciudad Neza, geográficamente es la zona conurbada de la Ciudad de México y hace frontera con una de las delegaciones políticas que se llama Iztapalapa, la cual fue creciendo y se fue habitando por distintas familias que provenían del centro de la ciudad y por otra parte de los estados del interior del país como Puebla, Hidalgo y Tlaxcala, que se fueron asentando entre Nezahualcóyotl y el DF. Cabe resaltar que... se dice que Neza es la cuna del graffiti (Mendoza, 2010: 84).

En lo que alguna vez se denominó la periferia metropolitana, Ciudad Nezahualcóyotl no sólo fue uno de los territorios proclives al graffiti sino que, al paso de los años se convirtió en la zona con mayor tradición grafitera del universo metropolitano (Arroyo, 2015: 37).

Estas cuatro referencias ayudan a entender que Nezahualcóyotl no solo fue un lugar de paso, sino que ocurrió algo durante esos años que hizo del municipio un punto importante para el *graffiti* nacional. De ahí que surjan una serie de preguntas en torno a la consolidación de la agencia de los graffiteros de esta "primera generación". No solo se pone el enfoque en ese grupo de graffiteros sino que se busca, en las siguientes generaciones, nuevas formas de hacer graffiti tanto legal como ilegal.

El tomar la categoría de Agencia se debe a la necesidad de explorar, a través de diferentes caminos teóricos y analíticos, los lugares a los cuales una investigación en torno al graffiti puede llevar. Agencia será utilizada para adentrarse en las diferentes transformaciones y acciones que los graffiteros -quienes serán los principales agentes de esta investigación- han hecho en su práctica y ver cómo estas transformaciones han dado forma al espacio público; permitirá explorar esas referencias biográficas que transformaron el graffiti, no solo de manera personal -motivaciones y adscripciones- sino tomando en cuenta las respuestas generadas en dos destinatarios específicos.

El papel que la Antropología urbana tiene en esta investigación es poder ahondar de forma más efectiva en los procesos socioculturales del municipio y cómo estos tienen relación con la forma en que los agentes se han ido apropiando de la ciudad, consolidando, (re)creando y modificando el espacio público y, por supuesto, las relaciones con y en el espacio público. Todo esto a través de las herramientas que esta perspectiva antropológica brinda.

Desde la segunda mitad del siglo XX, comenzó a aparecer en las ciudades una expresión que acompañaba a una población en específico: los jóvenes. Muchas son las referencias bibliográficas que hablan sobre su aparición durante los movimientos estudiantiles del año 1968 en diferentes partes del mundo, mensajes que reflejaban la necesidad de un cambio social, una posición política de izquierda, un repudio a la guerra, mensajes de paz y amor (Mendoza, 2011; Arroyo, 2015). De igual manera muchas referencias bibliográficas mencionan la aparición en Nueva York del *Tag*², como un elemento de hacerse ver en una ciudad donde todos están inmersos en un anonimato; comienzan a aparecer miles y miles de *Tags*, pseudónimos que muchas personas comenzaron a pintar en el metro de Nueva York, en el transporte público, en vidrios, paredes, publicidad, etc. A tal grado que fue necesario combatirlo con una unidad especial de policía (Ortiz, 2006; Sánchez 2010; Pedroza, 2016; Mendoza, 2011; Arroyo, 2015).

Para el caso de México, aparece un patrón muy definido en la bibliografía consultada: la llegada del graffiti a través de la frontera de Tijuana con San Diego.

² Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *Tag*.

Existe un recorrido que va desde Nueva York hasta la Ciudad de México y se esparce por la zona centro y sur del país, se apropia de diversos estilos en su paso por diferentes ciudades, lo “chicano” y lo “cholo” es apropiado y reproducido en los *graffitis* de la frontera de los Estados Unidos con México. En Tijuana se hace lo mismo y aparece un estilo arriesgado de hacer *tags*, los *trepes* (Valenzuela, 2011), en Monterrey los llamados *ganchos*³ y así es como llega a la zona centro del país.

Se pretende abordar el *graffiti* como un canal o medio de expresión accesible y cercano para una parte de la población del municipio, en el cual se comunican un sinnúmero de mensajes de diferente contenido. Abordando la condición actual de la Agencia como manifestación de diferentes eventos biográficos en la experiencia de los graffiteros, se busca crear un recorrido histórico que deje ver los diferentes elementos que han aportado dichos sujetos -Agentes- del municipio al graffiti a nivel nacional.

De acuerdo con lo anterior, se genera la siguiente pregunta:

¿De qué manera se construyó la agencia de los graffiteros del municipio de Nezahualcóyotl -teniendo en cuenta el espacio público- a partir de las interacciones graffitero-otros graffiteros y graffiteros-instituciones?

A partir de esta pregunta, y de una limitación temporal situada en la segunda mitad de la década de los ochenta y que abarca hasta el año 2020, se desprenden las siguientes preguntas secundarias:

- A. ¿Cómo se desarrolló la agencia de los graffiteros a partir de la segunda mitad de la década de los años ochenta en el municipio de Nezahualcóyotl?
- B. ¿De qué manera influyó el contacto con las instituciones gubernamentales y académicas en los cambios de esta agencia?
- C. ¿De qué manera los agentes fueron influenciados por los cambios urbanos que se dieron en el municipio y cómo a partir de estos construyeron el espacio público?

La mayor parte de la bibliografía revisada se centra en el *graffiti* de la zona centro del país, en específico de la ahora nombrada Ciudad de México; de igual manera,

³ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *trepe* y *gancho*.

toda esta bibliografía parece concordar con un aspecto un tanto importante o que al menos ha generado demasiadas preguntas a la hora de diseñar esta investigación: Una de las principales zonas a las que los graffiteros llegan es el municipio de Nezahualcóyotl, en el oriente del Estado de México. Debido a que el lugar de interés para la investigación que realizaban los autores estaba en la Ciudad de México, sólo nombraban al municipio como lugar de paso (Ortiz, 2006; Sánchez 2010; Pedroza, 2016; Mendoza, 2011; Arroyo, 2015). Es a partir de esto que surgen bastantes preguntas.

A partir de este elemento encontrado en las investigaciones en torno al *graffiti* desde la antropología, surgen las ideas para realizar una tesis enfocada en los graffiteros de un lugar específico con bastantes aportes a dicha expresión, tanto en técnicas y estilos, como en eventos y experiencias compartidas, siempre partiendo de los agentes.

El municipio de Nezahualcóyotl hoy en día es un punto importante en la génesis del *graffiti* en la zona centro del país, en este lugar hay agentes que realizaron diferentes aportes para que esta práctica tomara importancia. Por esto, a partir de la perspectiva de la Antropología del arte se pretende abordar los sucesos que, desde el punto de vista de los graffiteros, son de gran importancia; esto con un doble propósito: a) Generar un recorrido histórico que permita ver cómo los agentes han utilizado el *graffiti*, cuáles y cómo se han generado los aportes, las intenciones de hacer *graffiti*, etc. b) Siguiendo la perspectiva de Alfred Gell, la agencia se construye desde elementos biográficos, así es posible ver en estos elementos, la construcción de la actual agencia y cómo se ha obtenido importancia esta práctica en el municipio, al igual, indagar sobre la incidencia de los distintos procesos urbanos, que acontecieron en la temporalidad a investigar, tuvieron sobre los agentes.

En el contexto social y cultural del municipio se presentaron características para que los graffiteros tomaran, de diversas expresiones culturales modernas, nuevos rumbos y exploraran con materiales y técnicas nuevas, es así como se crea un nuevo código que permeó la creación y la creatividad de los Agentes graffiteros de Nezahualcóyotl.

El supuesto de la actual investigación parte de la masiva participación de graffiteros en el municipio, lo cual provocó que las instituciones otorguen cierta permisibilidad, esta fue tomada como una oportunidad para explorar nuevas técnicas y llevar su creatividad a nuevos lugares, al menos para el caso de los graffiteros legales; en el caso de los ilegales también hubo ciertas respuestas frente a este cambio importante, ya que frente a esta permisibilidad ellos reaccionaron de forma distinta, modificando la forma en que se organizaban o cuestionando de alguna forma a los graffiteros legales.

El objetivo general de la investigación es: *analizar* la forma en que se construye la agencia de los graffiteros del municipio a partir de la década de los años ochenta, tomando en cuenta dos interacciones: de graffitero(s) con otros graffiteros y de graffitero(s) con las instituciones. De este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- 1) Analizar la agencia derivada del agente graffitero con el destinatario otros graffiteros; al igual que la agencia derivada del agente(s) graffitero(s) con el destinatario instituciones gubernamentales, académicas y artísticas.
- 2) Realizar un recorrido histórico sobre los graffiteros que han estado involucrados en la práctica del grafiti en el municipio.
- 3) Analizar la forma en que el espacio público se fue construyendo, y posteriormente modificando, desde la consolidación de la agencia de los graffiteros
- 4) Indagar sobre la condición actual de la agencia de los graffiteros.

En cuanto a la delimitación espacio temporal se hizo lo siguiente:

1. Para las generaciones de graffiteros surgidas a partir de la década de los ochentas y hasta mediados de los noventas se delimitará en las primeras colonias del municipio: Del Sol, Virgencitas, Maravillas y Estado de México
2. Para las generaciones de graffiteros surgidas a partir de la segunda mitad de la década de los noventas se abrirá la delimitación espacial a las demás colonias de la zona sur del municipio de Nezahualcóyotl.

Para la presente investigación principalmente se utilizan métodos cualitativos para la recolección de datos; será pertinente usar métodos creados en la Antropología del arte que surge a partir de Alfred Gell; parte de lo trabajado por las siguientes generaciones de investigadores es el tomar como foco de análisis la función de los objetos de arte en las propias comunidades que los producen, cómo es su proceso de creación y cómo adquieren sentido dentro de cada particular forma de vida, de aquí surge mucho de lo que se pretende trabajar en la Agencia.

El tipo de etnografía usada para esta investigación es una co-creación etnográfica desarrollada a partir del trabajo realizado con los Agentes -personas que ejercen la agencia- graffiteros. A partir de una serie de acercamientos mediados por las herramientas predilectas de la antropología: observación participante y diario de campo; se pretende generar una investigación que se medie menos por la relación investigador-informante y más por la relación tipo Agente-Agente, a veces uno primario y a veces otro secundario. Todo esto acompañado de una serie de entrevistas a profundidad para obtener información que complemente la observación participante y directa. Esta última, ha sido empleada en los eventos *Meeting Of Styles 2018*, celebrado en la zona centro de la Ciudad de México y el evento *Tu Estilo es el Mensaje*, realizado el 17 de noviembre de 2018.

Otra herramienta de recolección de datos empleada para esta investigación y para el trabajo de campo elaborado hasta la fecha es la fotografía, lo más etnográfica posible, esto ayudó a tener una forma más directa de acercarse a los agentes graffiteros cuando se encuentran interviniendo el espacio público e incluso ha facilitado el continuar con el contacto mediante redes sociales virtuales - *Facebook e Instagram* principalmente- a la hora de compartir estas fotos tomadas a los participantes. Por otro lado, en el trabajo de Sergio Raúl Arroyo se ha podido observar que muchos de los agentes graffiteros tienen un archivo fotográfico muy extenso e incluso algunos videos de las hazañas más importantes, por lo que se buscó generar la suficiente confianza para poder tener acceso a esas fotografías y generar esa co-creación etnográfica a partir de este recurso.

Para generar una definición de graffiti adecuada para la zona en que se realizó la investigación se utilizó la triangulación de información en la que los tres nodos fueron: las investigaciones revisadas hasta la fecha y que se centran en el graffiti de la zona centro del país, lo obtenido en campo y que principalmente se basa en la respuesta de los agentes graffiteros y de manera secundaria, las instituciones; por último, el resultado del análisis de la agencia, que tiene que ver más con la creatividad del investigador para formular conclusiones.

Los cuatro capítulos que componen este trabajo están pensados como un desarrollo constante de la alternativa propuesta: Agente graffitero. Durante el primer capítulo se revisó la propuesta de Alfred Gell sobre la Antropología del arte y la categoría de Agencia, construida no solo desde este autor, sino puesta en diálogo con otras propuestas; de igual forma se construye la categoría de *espacio público* desde la perspectiva de la Antropología Urbana, es desde diferentes autores que se realiza, recuperando distintas propuestas que se complementan de la mejor manera para la investigación. Por último se encuentra la categoría de *graffiti*, construida a través de las anteriores categorías pero orientando la visión a partir de autores enfocados en el tema.

En el segundo capítulo se retoman los diferentes orígenes del *graffiti* actual, dejando fuera las propuestas que se remontan a Pompeya, a la Conquista de México y a las pinturas rupestres, así el enfoque se hace en los movimientos estudiantiles del sesenta y ocho, el graffiti de escritores de Nueva York y el *graffiti* territorial o “placazo” del norte de México y sur de Estados Unidos. La razón es que durante el trabajo de campo estos tres elementos eran los que más se encontraban como orígenes del graffiti, aunque siempre tiene mayor importancia el graffiti de escritores no se descarta que los otros dos continúan teniendo peso en la forma en que hacen *graffiti* los mismos graffiteros; al final del capítulo se realiza un breve recorrido histórico sobre la fundación del municipio de Nezahualcóyotl, realizado a partir de la búsqueda hemerográfica y de diferentes documentales.

En el tercer capítulo se presenta el trabajo de campo y el trabajo de gabinete realizado durante el año 2018, finales del 2019 y en 2020. En este último año hubo que cambiar el esquema de trabajo debido a la Pandemia de Coronavirus (SARS-

COV-2) y se presentó la oportunidad de seguir un evento mediante redes sociales; de igual forma se logró aplicar una entrevista y realizar dos recorridos por la colonia Reforma en Nezahualcóyotl. En la primera parte, se presenta el resultado de la investigación de gabinete, recuperando entrevistas en las que hablan los Agentes y donde se habla sobre los Agentes graffiteros durante la segunda mitad de la década de los ochentas, reconstruyendo el contexto de la época, después durante los años noventa donde la participación política de los Agentes graffiteros fue importante para el desarrollo de su Agencia; en la segunda parte se muestran las experiencias en campo consideradas más importantes, se presenta a REST y a ARCHIE, quienes hacen graffiti legal e ilegal respectivamente; con el primero se reconstruye el contexto durante la primera década del siglo veintiuno y con ARCHIE desde el año 2010.

En el cuarto y último capítulo se analiza lo presentado en el capítulo tres y otras experiencias en campo, a partir de la propuesta de Alfred Gell por lo que primero se definen Artista, Índice, Destinatario y Prototipo desde los graffiteros, estableciendo un nexo de la teoría con la realidad. En la segunda parte, se habla de las relaciones encontradas; es a través de Árboles de Agencia que se desarrolla el análisis.

Capítulo 1: Elementos teóricos y construcciones.

En el presente capítulo se debaten las tres categorías que se utilizaron para realizar la investigación, al igual que un pequeño diálogo entre diferentes autores que las trabajan. La primera de ellas es agencia, la cual ha sido menospreciada debido a la concepción incompleta que algunos académicos tenían de ésta, se la entendía como un elemento simple de transformación y acción, pero sin tener en cuenta el papel de contexto específico y su influencia en la acción y transformación; se realiza un pequeño debate entre diferentes autores, siendo el principal soporte Alfred Gell, por lo cual se desarrolla su propuesta teórica y se ejemplifica en el contexto de la presente investigación, aterrizando esas propuestas en el *graffiti*. A partir de este autor surge la motivación para retomar la categoría de agencia enfocada en el arte, esto debido a las propuestas analíticas y teóricas que proporciona para entender en un sentido antropológico al arte; parte de esto es dejar de lado, aunque no fuera, la estética y centrarse en las relaciones que se generan en torno al artista y su arte. Si bien, trata de salirse de la concepción occidental del arte lo cuestionable es que lo hace desde estas mismas categorías occidentales, por lo que hay que tener especial cuidado al hablar de artista y objeto de arte, aún cuando propone una alternativa para este último y que será desarrollado más adelante en este mismo capítulo. Cabe señalar, que la propuesta de Gell tampoco pretende entender todo como arte -occidental- sino quitar del análisis las concepciones occidentales de arte y dar espacio a esos procesos de creación menospreciados -o mercantilizados- por la concepción hegemónica del arte.

La segunda categoría utilizada es la de Espacio Público, retomada especialmente desde la Antropología urbana; en donde, a partir de diversos autores, se establece una definición que engloba las diferentes propuestas del espacio público; las formas en que los agentes se apropian de él serán importantes para la investigación, ya que el graffiti despliega las relaciones en el espacio público

apropiándose y/o transgrediendo el espacio; las desigualdades, de igual forma, son muy importantes ya que los agentes entran en esta disputa por el acceso a los espacios, encontrando jerarquizaciones y accesos desiguales al espacio; por último las luchas, la forma específica en que los agentes buscan estos espacios o incluso negocian éstos, también las formas en que se va actualizando a partir de los nuevos agentes que hace uso de esos espacios.

Por último, se tiene la categoría de graffiti que de igual forma se construye a partir de un debate y se busca unir las propuestas de Agencia y de Espacio Público para completar esta propuesta, por lo que a través de las primeras dos categorías se define la tercera.

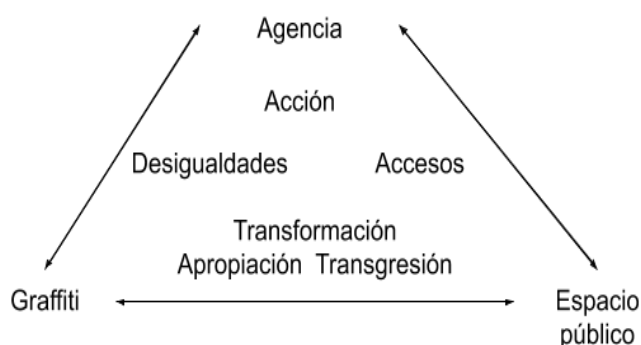


Figura 1. Triangulación de categorías. Las diferentes categorías utilizadas para desarrollar la presente investigación fueron enlazadas a partir de sus conceptos, buscando definir Graffiti a través de Agencia y Espacio público.

1.1 Antropología del Arte

En la presente investigación, se busca abordar el graffiti principalmente desde la propuesta de Alfred Gell en su texto: *Arte y Agencia. Una teoría antropológica*. El autor dice que una antropología del arte “Se centra en el contexto social de la producción, circulación y recepción del arte... La producción y circulación tienen que sostenerse sobre ciertos procesos sociales objetivos que se conectan con otros

distintos” (Gell, 2016:30). A través de esta óptica se busca profundizar en las prácticas que los graffiteros tienen sobre el espacio y cómo estas configuran diferentes tipos de relaciones. Gell dice que esta rama de la Antropología es el estudio de “la[s] movilizaciones de tales principios [estéticos] o lo que se les parezca en el curso de la interacción social” (Gell,2016: 31). Se tiene entonces una propuesta que se centra en las relaciones que ocurren en los diferentes *tiempos* en los que un objeto de arte se va a elaborar, dejando de lado -aunque no totalmente- las cuestiones estéticas que puedan derivarse de un objeto de arte. Un factor importante a la hora de centrar la mirada en la situación relacional de los objetos de arte son las instituciones, las cuales han de considerarse como marco “que abarca la producción y circulación de las obras de arte” (Gell, 2016: 37).

1.1.1 Agencia

Para poder encontrar estas relaciones sociales Gell propone abordar al sujeto de estudio desde la categoría de agencia, ésta es definida a lo largo de su obra; en un principio habla de la agencia atribuida a:

aquellas personas que producen secuencias causales de un tipo particular... el agente es quien hace que los sucesos ocurran en su entorno... La idea de agencia es un marco establecido culturalmente para pensar la causalidad cuando se supone que lo que ocurre sigue las intenciones previas de una persona agente o una cosa agente (Gell, 2016: 48).

El interés aquí es el agente, que a través de prácticas y relaciones va transformando el contexto social, generando sucesos y configurando no sólo el espacio en el que ejerce su agencia sino también, la forma en que los agentes se relacionan en ese espacio; abordar la agencia desde una perspectiva de transformación y acción permite “explicar las dimensiones estructurales que constriñen la acción social, sin clausurar la posibilidad de que la acción subjetiva puede ser motivadora del cambio social” (Yopo, 2012: 190). De esta forma se (re)produce el *graffiti*, a partir de una serie de dimensiones estructurales se orientan

las acciones de los graffiteros, generando dos caminos: a) que se modifiquen esas dimensiones o b) que se mantengan esas dimensiones⁴.

El agente actúa mediante un marco establecido, una estructura; cada estructura va a establecer sus propias formas de agencia dando así que, mediante su práctica, va a modificarlo, va a alterar las futuras intenciones de las personas con las cuales comparte el espacio, hace de su agencia algo, parafraseando a Bourdieu, estructurante y estructurado. Se tiene entonces que la agencia es producida por una estructura social específica, ubicada en un contexto y un tiempo, pero al mismo tiempo esta estructura dota de elementos para la transformación y la acción de los agentes

Pero la misma agencia ocurre que apunta la reproducción de las estructuras hace también posible su transformación- mediante transposiciones de esquemas y movilizaciones de recursos que hacen las nuevas estructuras reconocibles como transformaciones de las antiguas (Sewell, 2006: 173)

La agencia es también “la capacidad de... orientarse proyectivamente hacia el futuro, posibilitando la emergencia de una acción social, formado estructuralmente, preorientando hacia la creatividad, la transformación estructural y el cambio social” (Yopo, 2012: 190). De esta forma, con la categoría de Agencia se entiende al sujeto agente -en la presente investigación- como un ser en constante cambio, por lo que se orienta la investigación no sólo a lo que actualmente es el agente y la forma en que ha llegado a ser; sino que permite dar cuenta de la proyección que tiene el agente hacia el futuro.

Pero, según Gell, no sólo los agentes vivos, las personas, pueden ejercer agencia; los objetos creados a través de sus prácticas llevan parte de su agencia, “la agencia social se puede ejercer sobre las cosas y la pueden ejercer las cosas mismas” (Gell, 2016: 50) Así se pueden analizar los diferentes sucesos causados

⁴ En esta investigación el debate sobre la agencia se presenta principalmente como transformador debido a la acción sobre el espacio público, constantemente lo modifica; pero, cabe aclarar, la agencia también sirve para mantener la estructura a través de las acciones (Gell, 2016). En este sentido, la agencia se reproduce, se mantienen los elementos estilísticos de los agentes, los cuales son usados para transformar el espacio público.

por un agente -sujeto u objeto- frente a los demás agentes vivos, el agente causa una respuesta, esta “agencia que se ejerce en el entorno de las obras de arte varía significativamente según muchos factores contextuales” (Gell, 2016: 117). Generando movimientos, acciones y transformaciones no sólo en cuanto a cuestiones subjetivas frente a las obras de arte, sino en diferentes aspectos pertenecientes al contexto específico. Resulta coherente hablar de objetos con agencia cuando se menciona también de que existen múltiples tipos de agencia (Ahearn, 2000, 2001; Ortnor 2016); estas formas de agencia están mediadas por las desigualdades estructurales, los accesos y recursos así como por la solidaridad, el poder y las competencias “la agencia surge del control de recursos por parte del actor, lo que significa la capacidad de reinterpretar o movilizar una serie de recursos en términos de otros esquemas que aquellos que constituyen esa misma serie de recursos” (Sewell, 2006: 165). Se entiende así que la agencia no se presenta en todas las personas de manera homogénea, lo mismo pasa en los objetos a los cuales se les transfiere agencia; más adelante se detalla la forma en que estos objetos pueden ejercer agencia, por lo pronto hay que tener presente que las posiciones que ocupen tanto los agentes como los objetos a los que se les transfirió agencia pueden variar, al respecto Sewell comenta que:

(...) la ocupación de diferentes posiciones sociales... da a la gente un conocimiento de los diferentes esquemas y acceso a los diferentes tipos y cantidades de recursos y de ahí diferentes posibilidades para la acción transformativa...Las estructuras, y las agencias humanas que dotan, están cargadas de diferencias de poder (2006: 166).

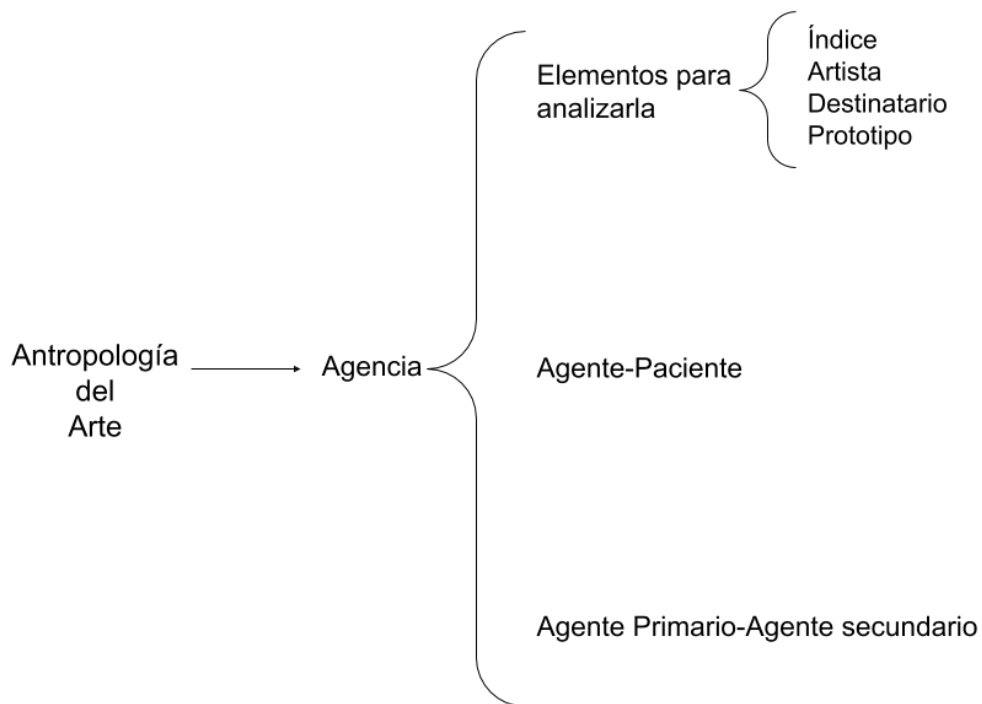
Algunos objetos a los que se les transfirió agencia estarán distribuidos en posiciones desiguales; en el caso concreto de esta investigación, hablando de *graffiti* legal se puede ejemplificar esto: algunos *graffitis* creados en los muros de la ciudad, fuera del contexto de un evento, tendrán una posición diferente a los creados en un evento internacional de *graffiti*. Con esto solo se establece el tipo de agencia que puede estar ejerciendo un graffitero y su *graffiti*, dejando fuera del análisis un juicio de valor sin sentido entre ambos *graffitis*.

Ahora, no sólo interesa la forma en que un graffitero va a generar causas; más allá de su agencia y la agencia transmitida a sus objetos de arte, “la agencia es relacional...Es irrelevante lo que la cosa o la persona “son” al asignar el estado de “agente social”; lo que sí importa es su posición en la red de relaciones sociales (Gell, 2016: 148). Dicho esto, interesa la forma en que a partir de la agencia del graffitero se desencadena una serie de relaciones sociales, entre otros graffiteros, teniendo en cuenta la relación con su *crew*⁵ -si lo hay- y con otros *crews*, la capacidad que tienen los agentes de “reinterpretar y movilizar una serie de recursos en términos de escenas culturales diferentes” (Sewell, 2006: 164), generando así nuevas formas de acción, participación y transformación en el contexto específico en el que se encuentran estos agentes; en los siguientes apartados se delimita el tipo de relaciones que se busca analizar .

Para finalizar con con la revisión del concepto de Agencia se tiene que resaltar la idea, muy perteneciente a la antropología británica, del autor sobre los agentes: “Todo individuo social es la suma de sus relaciones, distribuidas en el espacio y el tiempo biográficos, con los demás (Gell, 2016: 346). Con esta idea surge la necesidad de no solo abordar la condición actual de la agencia de los graffiteros sino que hay que utilizar métodos enfocados en el aspecto biográfico de los agentes, como las historias y/o relatos de vida, para poder tener acceso a la trayectoria del graffitero y ver la forma en que su agencia fue cambiando a lo largo de su vida, cómo es que las relaciones entre los agentes graffiteros fueron modificando su práctica.

Durante los siguientes apartados se utilizan las propuestas teóricas que hace Alfred Gell, estos son resumidos de la siguiente forma:

⁵ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *crew*.



Cuadro 1. Antropología del Arte y Agencia. Jorge Oropeza.

¿Cómo analizar la agencia? El autor propone cuatro elementos a través de los cuales se puede analizar la agencia, estos son:

- 1) Índices. Entidades materiales que propician abducciones, interpretaciones cognitivas, etc.
- 2) Artista. Quien se le atribuye por abducción la responsabilidad causal de la existencia y las características del índice.
- 3) Destinatarios. Sobre los que los índices ejercen la agencia o quienes manifiestan agencia a través del índice, conclusiones a los que se llega por abducción.
- 4) Prototipos. Entidades que se piensa por abducción que están representados en el índice (a menudo, pero no necesariamente) por semejanza visual (Gell, 2016: 61-62).

1.1.1.1 Índice

La primera aproximación que da Gell sobre el índice, se refiere a que éste es: “El objeto de arte [el cual] es cualquier cosa que se inserte en la ranura de objetos de arte dentro del sistema de términos y relaciones concebido en la teoría...La naturaleza del objeto de arte está en función de la relación social” (Gell, 2016: 35-36) Como se mencionó, los objetos creados por los agentes pueden tener agencia diferente de la que tendría una persona, sigue siendo un causante en su entorno y de él se van a desprender diferentes tipos de relaciones, la mayoría de las veces establecidas en el marco social al que pertenece la obra, otras veces van a romper con este marco, redefiniendo las relaciones que desprende, se podría ampliar esta definición que ofrece Gell con la idea de “indicio”⁶ trabajada por Debray los cuales son partes o fragmentos de un objeto “una parte del todo o tomado por el todo” (1994: 183). Conectando este aporte con el de Gell se propone entender no solo como las partes del objeto, sino también de los sujetos/agentes, como esa personalidad distribuida (Gell, 2016) del artista en todos sus índices, un graffiti en un espectacular refiere como parte de un agente graffitero; al respecto Gell dice que:

Las obras de arte nunca son entidades singulares pues participan en distintas categorías y su importancia está determinada fundamentalmente por las reacciones que existe entre ellos como individuos y los otros miembros de su misma categoría, y por las relaciones entre su categoría y las demás dentro de un mismo todo estilístico, un sistema de producción artístico específico a una cultura o periodo artístico (Gell, 2016: 240).

Para analizar, desde la perspectiva de la Antropología del arte, la agencia de los graffiteros en sus índices, no solo se propone entender cómo se relaciona un tipo específico de *graffiti* con ese mismo tipo de *graffiti*, sino que se tendría que ver la forma en que se relaciona con las diferentes categorías/tipos de *graffiti*, con las

⁶ En parte de la bibliografía revisada en torno a índice se refiere también como indicio, esto puede deberse a cuestiones de traducción al idioma español

formas en que los diferentes graffiteros tienen de ver y abducir un índice. La forma en que un índice producido en condiciones legales se relaciona frente a uno producido en condiciones ilegales; tanto por un mismo graffitero que practica ambas condiciones de producción, como por dos que se desenvuelven solo en una de estas condiciones. De igual forma, las relaciones que un *graffiti* producido en condiciones legales circula entre los graffiteros enfocados en las condiciones ilegales o viceversa. De esta forma se puede ver cómo estos objetos de arte-índices *graffiti*, al tener agencia de un artista/agente a partir de un proceso de producción/creación, ejercen un tipo específico de agencia en el medio en el que circulan.

La propuesta de índice viene acompañada de la abudcción, ésta es traída de la lógica y la semiótica para explicar la forma en que los agentes forman inferencias a partir de hipótesis mediatas, probables y explicativas (Aguayo, 2011) para explicar un acontecimiento inesperado o sorprendente (Aguayo, 2011; Bonorino, 1993). Esta inferencia tiene como objetivo la adquisición de conocimiento, si bien se establece como elemento a parte de la inducción y deducción, algunos autores la entienden como un proceso complementario a la deducción (Aguayo, 2011), en el que a través de la abducción se generan hipótesis para, a través de la deducción, se llegue a conclusiones que generen nuevo conocimiento. Gell la entiende como un elemento que permite explicar sucesos y/o fenómenos del entorno cultural y social a partir de inferencias generadas por el marco de este mismo entorno; de esta forma la abudcción sería

“un proceso dinámico, en la elaboración de explicaciones... actividad creativa... frente a una situación inesperada o sorpresiva... [cumple un] rol fundamental en la obtención de nuevo conocimiento en cuanto [propone] una hipótesis que explique una situación anómala y, con ella, abrir el paso a la comprobación” (Aguayo, 2011: 10).

Una vez definida se comprende la idea de Gell sobre “la categoría de índice... es aquella que permite la abudcción de la agencia” (2016: 47). Es la que permite a los graffiteros generar conocimientos en y de la calle⁷, aprender de las dinámicas

⁷ Más adelante en el presente capítulo se desarrolla con cierta profundidad esta idea, lo cual permitirá cerrar la idea de abudcción.

entre graffiteros, los códigos estéticos y la forma en que se pueden relacionar a través de los graffitis creados por otros graffiteros.

Una vez establecido el índice como alternativa analítica a Objeto de Arte, Gell menciona que éste es “la cosa material que suscita las abducciones” (Gell, 2016: 64), cada grupo social tiene una forma específica de ver un índice, una forma específica de relacionarse con él y con el agente que lo creó, de estas formas se desprende el proceso mediante el cual se va a interiorizar el índice, la forma en que va a abducir, la forma de generar hipótesis/inferencias para normalizar o racionalizar ese fenómeno graffiti. Así, recordando a Sewell (2006) se puede ver cómo esta movilización de la agencia genera diversas formas de relacionarse y de hacer circular recursos en un contexto social específico.

Los índices no son tomados en cuenta como un objeto terminado, en el sentido de que sigue ejerciendo agencia sobre los destinatarios y sobre el artista; en los primeros sigue generando todo tipo de reacciones a lo largo de su existencia, aún cuando cambiás esas “formas de ver” (Gell, 2016) y por lo tanto se actualiza constantemente el índice, esto debido a las relaciones que mantiene, modifica y crea frente a los destinatarios; en el artista, el índice se mantiene como un objeto que puede ser “una modificación o revisión de sus predecesores...una secuencia de generación y ensayo que se extiende por toda su trayectoria” (Gell, 2016: 366). El índice fascina (Debray, 1994), de ahí que genera inferencias para entenderlo y reproducirlo, al menos por parte de los graffiteros, mientras que otras veces, los lugares desde donde se generan las inferencias van a buscar controlar, erradicar, desvalorizar e incluso criminalizar por parte de autoridades e instituciones públicas, en cualquiera de los dos caso presenta esa fascinación, en cualquiera de los dos casos genera respuestas y acciones; estas pasan a generar imaginarios e ideologías (Parra, 2014). Así se van (re)configurando estas “formas de ver” o de abducir una serie de elementos desprendidos a partir del índice, creando rupturas y quiebres del fenómeno del graffiti, entendidas no solo como distanciamiento sino como generador de preguntas y afinidades con los graffiteros, impulsando a incursionar en esta práctica o al menos a estudiarla desde diferentes disciplinas. En el *graffiti* se puede ejemplificar esto con el uso de los *black book*, libretas en las que

los graffiteros previamente realizan bocetos de sus índices, algunas veces para planearlos a futuro, otras como variaciones que no saldrán de esta libreta. Al igual se puede observar en los *graffitis* ya realizados, en los que muchas veces se enciman (*pisar* en el argot graffiteros) unos *graffitis* sobre otros, haciendo que un índice se modifique.

En esta investigación se tiene como índice principal el *graffiti* como creación y elemento que desencadena una serie de relaciones y/o respuestas. De esta forma se aborda el *graffiti* no solo en aspecto visual (*piezas, tag, bombas, 3D, etc.*⁸) sino también las relaciones sociales que tienen lugar alrededor de los agentes fuera del contexto de creación del *graffiti* pero que de igual manera sigue reproduciendo aspectos de esta práctica (vida laboral, académica, relaciones de parentesco, relaciones políticas etc.). Cabe recalcar que de ninguna forma se reduce el graffiti a intervenir las paredes del espacio público, en este mismo capítulo se definirá esta categoría.

1.1.1.2 Artista

Éste sólo es definido como el agente que crea los índices, aunque también se puede hablar de que los artistas reciben agencia de los índices a los que previamente les confirió agencia, “toman esa posición ante todo lo que han producido a lo largo de los años” (Gell, 2016: 89). De nuevo se ve la necesidad de una perspectiva en la que las historias de vida pueden ayudar a generar este análisis de la agencia en los graffiteros. El artista se encontrará en diferentes puntos de la secuencia relacional, puede recibir órdenes de cómo realizar un índice si está en un contexto laboral; puede estar condicionado por un índice previamente creado, como en el entorno del *crew* donde debe complementar lo que los miembros anteriores han hecho. Si bien Gell no ofrece una secuencia establecida de estas relaciones, si deja claro que hay que jugar con los elementos que propone.

⁸ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de las palabras entre paréntesis.

Si bien se refiere a los agentes creadores de índices, agentes que generan respuestas y abducciones, no se descarta que otro tipo de agentes, fuera de los graffiteros, pueden causar estas mediante otro tipo de objetos o dispositivos que afecten la agencia de los graffiteros.

En esta investigación se toma como artistas a los graffiteros del municipio de Nezahualcóyotl, por lo que se analiza la forma en que estos agentes “vive[n] rodeado[s] de sus propias obras y le[s] proporciona[n] un registro permanente de su actividad (Gell, 2016: 366); cabe señalar que el uso es analítico y no se busca definir al graffiti como arte ni al graffitero como artista.

1.1.1.3 Destinatario

El destinatario será la persona que participa como espectador de los índices; a partir de esta posición se podrán observar una serie de relaciones en torno a la producción, circulación y recepción del arte; Gell menciona una serie de elementos que podrían desprenderse el destinatario, incluso como agente causante de los índices, tal es el caso de los mecenas, personas que piden a un artista les realice algún trabajo bajo sus especificaciones, más adelante se detalla cómo los organizadores de eventos y concursos de *graffiti* son tomados en cuenta como destinatarios, supliendo al mecenas. Esta relación es importante para la investigación puesto que permitirá analizar cómo se ve afectada la agencia de los graffiteros en este tipo de contextos, principalmente en las condiciones de producción legal del graffiti. Al respecto el autor dice que los destinatarios,

(...) participan... de una relación social con este [índice], bien como pacientes, pues el índice los afecta de alguna manera; o como agentes, puesto que si no fuera por ellos el índice no existiría (lo han causado)... un índice siempre está en función de una recepción específica, muy probablemente diversa, ya sea activa o pasiva (Gell, 2016: 59).

Para la presente investigación se toman en cuenta dos tipos específicos de destinatarios: a) graffiteros y b) instituciones. A partir de las respuestas y

abducciones generadas en estos dos agentes se pretende analizar la forma en que se fue construyendo, y se sigue construyendo y/o configurando, la agencia de los graffiteros pero no solo esto, sino que también analizar la forma en que los diferentes encuentros con las instituciones han modificado esta agencia, tanto en las condiciones de producción ilegal como legal, modificando el discurso que usan para cada una de estas condiciones.

1.1.1.4 Prototipo

El prototipo será el último elemento que propone el autor para analizar la agencia y este es la “representación derivada de la producción y circulación... Identidad que representa un índice... No todos los índices tienen prototipo (Gell, 2016: 61). Para la presente investigación es importante ya que algunos graffitis caricaturizan personajes del medio político o económico, abordan problemáticas sociales o la imagen de algún elemento que influenció al agente para crear su índice.

1.1.2 Agente-Paciente.

A lo largo de las páginas anteriores se habló sobre los artistas como agentes que causan sus índices; también se mencionó la forma en que un objeto puede ser agente frente a una persona. Para explicar esta relación Gell propone hablar sobre agente y paciente. Agente ya se definió como la persona que hace que las acciones ocurran en un contexto social específico; por otro lado el paciente es “el objeto que resulta afectado causalmente por la acción del agente“(Gell, 2016: 56), aquí no solo se habla de objetos sino de todos los agentes potenciales. Esta relación de agente-paciente se despliega a través de los cuatro elementos expuestos arriba (artista, índice, destinatario y prototipo). Para ponerlo en el contexto de la investigación se tiene el ejemplo del Agente Graffitero que ha realizado un índice en las condiciones de producción legal, en un evento organizado por instituciones públicas. El graffitero está en el evento como Agente, mientras que las personas observando el evento y otros graffiteros están en relación con el Agente graffitero como pacientes. En este

mismo ejemplo podemos decir que el Agente Instituciones está en posición de agente respecto a los Agentes Graffiteros ya que el primero es el que determina, de manera indirecta, las temáticas que pueden estar representadas en los índices; estas relaciones “agente-paciente entre partes, y entre las partes y el conjunto, se puede extraer (o abducir) no solo respecto a las obras de arte... sino que también se aplican en todo tipo de índices artefactuales” (Gell, 2016: 83).

Bajo este argumento se puede entender a los eventos organizados por instituciones como un índice, dispositivo y/o artefacto que causará un futuro índice, esto sin convertir a los Agentes instituciones en artistas, sino en agentes parecidos a los mecenas, Gell propone ubicarlos en los elementos para analizar la agencia, específicamente en el rol de Destinatario⁹.

1.1.3 Agente primario y Agente secundario.

A lo largo de las páginas anteriores se habló de los agentes de dos formas: agentes vivos y agentes creados, objetos que ejercen agencia; Gell da una forma alternativa de llamar a estos agentes: los Primarios y los Secundarios, sobre estos comenta que “a través de agentes secundarios los agentes primarios distribuyen su agencia en el entorno causal” (Gell, 2016: 53). En el contexto de esta investigación los agentes primarios son: a) Agente(s) graffitero(s) y b) Agente(s) Institución(es). En el caso de los primeros, una vez que realizan un índice, este es dotado de la agencia del artista pero, el índice no puede modificarse por sí mismo, no puede jugar con los elementos con los que está hecho para cambiar el mensaje, este índice-*graffiti* es pues, un agente secundario. El índice-*graffiti* entra en este contexto de relaciones como agente secundario -agente- y los destinatarios serán pacientes, con cierta potencialidad en convertirse en futuros agentes.

⁹ En el capítulo 4, de la presente investigación, donde se despliegan las relaciones, a través de los elementos se detalla cómo su función está en el Destinatario.

1.1.4 Agente Graffitero.

Una vez que se han expuesto los elementos que ofrece Gell para analizar la agencia, hay que aterrizar estos al caso concreto en la investigación. El primer agente que se tiene contemplado es el graffitero; a lo largo de la investigación se hace referencia al Agente graffitero como sinónimo de graffitero y de escritor (*writer*)¹⁰, esta es una propuesta alternativa a estas dos categorías, se utiliza simplemente para vincular al agente que se aborda con la teoría para hacerlo.

Este Agente Graffitero es entendido como el artista cuyos índices son *graffitis*, a través de éstos genera acciones y respuestas en su entorno/contexto, lo modifica no solo en lo que respecta a lo físico, sino también en las relaciones que desencadena al hacer su práctica, generando acciones y transformaciones. Esta práctica puede tener dos tipos de condiciones de producción: la ilegal y/o la legal¹¹. En las páginas siguientes se definirán estas dos, por el momento sólo se debe tener presente que estas dos condiciones de producción van a generar una serie de respuestas en la otra¹². Un índice *graffiti* producido bajo condiciones legales puede generar respuestas de diferentes tipos en los agentes graffiteros adscritos a las condiciones ilegales y viceversa. Esto teniendo en cuenta que la mayoría de los agentes graffiteros tienen su primer encuentro con la pared en condiciones ilegales.

No sólo se centra la atención en las respuestas que pueden generar en otros agentes graffiteros sino que también se tienen en cuenta las respuestas generadas al interior de las instituciones, en este primer momento se tiene una relación del tipo Agente-Paciente, donde los Agentes Graffiteros hacen visible su agencia y las instituciones ocupan el lugar de Paciente frente a esta forma visibilizada de agencia. Con esto no se reduce al agente graffitero a la producción y circulación de índices *graffiti*, claro que se toman en cuenta las diferentes prácticas que hacen los

¹⁰ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de escritor.

¹¹ A lo largo del presente trabajo se usa como sinónimo condiciones de producción y modalidades de producción. La idea condiciones de producción es recuperada del trabajo de Pedroza Amarillas (2016).

¹² Cabe aclarar que no siempre, algunos Agentes graffiteros consideran que, hoy en día, esta distinción genera dos mundos totalmente diferentes, pero también existen aquellos Agentes que conviven sin mayor problema e incluso agentes que practican ambas.

graffiteros, también considerando lo que fuera de la esfera del *graffiti* tiene el Agente Graffitero, como son sus relaciones parentales, contextos laborales, académicos etc.

En este puente teórico del Agente Graffitero se busca tomar en cuenta la agencia que un grupo de ellos tiene, se hace referencia aquí a los *crews*, que son grupos de graffiteros/escritores que crean índices *graffiti* bajo un mismo nombre, también a los colectivos que hoy en día se utilizan como alternativa más apegada a las condiciones legales de producción.

Se tiene entonces que la propuesta de “Agente Graffitero” no sólo busca analizar de manera individual la agencia de los graffiteros/ escritores, sino también la forma en que estos agentes se relacionan entre sí, pertenecientes o no a la misma categoría -ilegal o legal- también la forma en que las agrupaciones -*crews*- posibilitan diferentes formas de evidenciar su agencia.

1.1.5 Agente Instituciones

Con esta propuesta analítica no se busca analizar la agencia que tienen las instituciones, más bien se utiliza para poder entender la forma en que las respuestas generadas desde esta posición influenciaron, modificaron, (re)organizaron, etc. la agencia de los Agentes Graffiteros, ya sea desde la creación de eventos y/o festivales anuales donde se permite realizar *graffiti* en las paredes de la ciudad, leyes que combatan la producción ilegal del *graffiti*, estudios para poder comprender mejor este fenómeno; todas estas formas de abordar el *graffiti* desde la posición de las instituciones -aunque no siempre desde la perspectiva- genera en los Agentes Graffiteros respuestas que modifican su agencia, ya sea estar más atentos a la convocatoria de eventos o a la oferta laboral que pueda tener, así también el estar más organizados frente a nuevas estrategias generadas para el control del *graffiti* ilegal y/o atentos a la aparición de alguna autoridad mientras se realiza.

Como se mencionó, con esto no se busca poner en el lugar del artista a las instituciones, simplemente son tomadas como un agente que genera respuestas en los artistas centrales en esta investigación. Anteriormente se habló de las

instituciones como posibles mecenas, al menos en el contexto legal donde, al lanzar una convocatoria, los Agentes graffiteros amoldan su agencia a la convocatoria para poder participar, por esta razón ocupan el lugar de Destinatarios. Otra aclaración necesaria es que no se busca hacer una aproximación teórica-analítica al arte en el sentido en el que lo hace Bourdieu, no se busca establecer la forma en que las instituciones aprecian, definen, controlan, regulan etc. el *graffiti* pero sí se retoman varias ideas de este autor para complementar el análisis; la aparición de las instituciones en esta investigación tiene un papel secundario, lo central es ver esta relación con las instituciones desde la perspectiva de los graffiteros. Las preguntas que se desprenden aquí son: ¿cómo impacta la agencia de los graffiteros el participar en un evento? ¿Qué impacto tienen sobre el *graffiti* legal y el *graffiti* ilegal estos eventos? ¿Cómo se perciben los Agentes Graffiteros (ilegal y/o legal) frente a las instituciones?

También hay una serie de preguntas enfocadas a las instituciones ¿cuáles son los discursos dirigidos al graffiti ilegal y cuáles son dirigidos al graffiti legal? ¿Cómo se organiza un evento de *graffiti*? ¿Quiénes son invitados, cómo se seleccionan? En el caso de existir ¿cómo se establece el pago en la participación?

El eje central en estas preguntas es el Agente Graffitero, así como la percepción que este tiene frente a las instituciones, sea cual sea la condición de producción que practique.

1.2. Antropología Urbana y Espacio público

La Antropología urbana ha hecho aportes importantes al estudio de los espacios públicos, la mayoría de los autores citados en este apartado utilizan como punto de partida o elemento de análisis en sus trabajos esta rama de la Antropología. Pero no se agota la gama de estudios en el espacio público; el eje central de la Antropología urbana es -utilizando el título de un trabajo central en esta rama antropológica- la urbanidad como estilo de vida; la urbanidad es la forma en que

(...) un estilo de vida patente en la proliferación de urdimbres relacionales, deslocalizadas y fugaces. Su propia inestabilidad se convierte contradictoriamente en un instrumento de estructuración, lo que determina a su vez un conjunto de usos, apropiaciones y representaciones singulares nunca territorializado completamente (Durán, 2011: 3).

De aquí que el espacio público urbano sea de gran interés para la antropología urbana. Dentro de los agentes graffiteros va a existir una forma específica de vivir la ciudad, de recorrerla, sentirla, representarla y apropiársela. Una característica que se encuentra en la Antropología urbana y muchas otras disciplinas que conjuntamente trabajan lo urbano es la aceleración de las relaciones que se dan en este entorno. En otras palabras, la Antropología urbana estudia la “relación entre la vida urbana y la producción social del espacio, de las transformaciones socioculturales y de las formas de expresión de los actores que intervienen con distintos roles en el dominio público” (Ramírez, 2015: 8).

Con todo lo dicho hasta este punto se puede decir que la Antropología urbana no solo debe centrarse en observar y analizar las prácticas que ocurren en el espacio público, sino también ver la forma en que se relacionan estas prácticas con las oportunidades y desigualdades que generan y cómo éstas construyen lo urbano, como entramado de relaciones; y la ciudad, como contexto físico-espacial de las relaciones; por último comparar este *ser* de lo urbano, la ciudad, la ciudadanía y el espacio público con el *deber ser* propuesto por las instituciones para poder establecer lo específico del espacio público como construcción hegemónica y como construcción desde los diferentes estratos sociales. En el caso de los agentes graffiteros, es posible ver un constante acercamiento a esa construcción hegemónica de lo urbano y el espacio público. El objeto de la Antropología Urbana no se limita a una antropología de y/o en la ciudad (Delgado, 1999) también es de los acontecimientos ocurridos en el contexto físico y, a su vez, de los contextos físicos que posibilitan cierto tipo de acontecimientos; con esto no se busca caer en una teoría de la predeterminación espacial pero tampoco se bota de los estudios urbanos este aspecto. Recordando la propuesta de Agencia de Alfred Gell, los

objetos pueden generar respuestas en el contexto social en el que fueron creados y el contexto físico de las ciudades y de lo urbano es un objeto creado, por lo tanto tendría la capacidad de generar acciones. El análisis no debe terminar allí, lo siguiente debería ser observar qué relaciones se están creando o, en palabras de Delgado, continuamente estructurando, en este contexto, por qué ocurren, quiénes están involucrados y de qué forma, cómo afecta los diferentes tipos de relaciones y un largo etcétera.

1.2.1 Espacio Público

El *graffiti* es un elemento que se puede observar en las calles de casi todas las ciudades del mundo¹³, por no decir todas; por esta razón es necesario abordar la categoría de *espacio público* la cual “permite ampliar el conocimiento de procesos, realidades socioculturales, políticas y económicas específicas, diferentes de las sociedades occidentales, que se expresan en modelos de urbanización, en la construcción de ciudadanía y en la participación social” (Ramírez, 2015: 10), debido a que es en este espacio accesible y muy transitado de las ciudades, donde los agentes graffiteros prefieren plasmar su práctica. Si bien existen estudios en donde se habla del *graffiti* en contextos privados (Arroyo, 2015) hoy en día siguen prevaleciendo en mayor medida las intervenciones y transgresiones en el espacio público frente las pocas que ocurren en espacios privados.

El espacio público ha sido abordado de diferentes formas, lejos de hacer un recuento de estas, esta investigación se centra en la “consideración del espacio, no sólo como contenedor o soporte material... sino como elemento activo que influye en la estructuración misma de la realidad social” (de la Torre, 2015:5). Dicho esto, se recuperan las definiciones enfocadas en las relaciones que se dan en el contexto físico que posibilita las diferentes formas de experimentar y vivir lo urbano (Duhau y Giglia, 2004: 6); la necesidad de tomar en cuenta el contexto físico es debido a

¹³ Sin olvidar que en diferentes contextos rurales aparecen agentes graffiteros que reproducen el *graffiti* en el aspecto local.

que los agentes graffiteros van a usar este para poder desarrollar su principal práctica estética, así también prácticas que se encuentran en torno al hacer *graffiti*. A través del Espacio público van a crear un nuevo espacio aunque de manera temporal debido a las implicaciones de usar pintura en aerosol y no estar en ninguna forma protegidos. En los siguientes apartados se delimitan de forma breve las diferentes formas en que se aborda el Espacio público.

1.2.1.1 Espacio público como apropiación.

La primera forma que se analiza el concepto de espacio público es mediante las apropiaciones que los agentes hacen, es “mediante el uso colectivo del espacio público [que] existe la posibilidad de que la población se apropie de la ciudad, la haga suya y viva en sociedad” (Ramírez, 2016:26). Los agentes graffiteros van a desarrollar diferentes modos de apropiarse de la ciudad, construyendo una forma específica de lo urbano en su contexto próximo: las calles. Siguiendo con la propuesta de Ramírez Kuri, dice que existe en la actualidad un cambio de época, no sólo en el contexto urbano local, sino que también en el contexto global, este cambio viene acompañado de nuevas oportunidades, nuevas desigualdades, nuevos usos y ocupaciones (Ramírez, 2016) que en el contexto del *graffiti* pueden ayudar a analizar esas nuevas formas de integración al mercado laboral y educativo¹⁴ como parte de las nuevas oportunidades. Pero estas oportunidades son producidas y reproducidas por agentes, que, a través de sus trayectorias biográficas y relatos, construyen y adaptan este espacio público (Ramírez, 2016). Frente a este cambio de época y todo lo que le acompaña, los agentes estarán interactuando y construyendo lo urbano a través de su intervención en el espacio público, el cual es “un elemento fundamental del orden urbano que, en su relación con el espacio privado expresa la manera como los habitantes usan y tienen acceso a los recursos sociales, y a la relación entre éstos, la ciudad y las instituciones” (Ramírez, 2015:

¹⁴ Hoy en día no son pocos los Agentes graffiteros que, a partir de su experiencia en las calles, deciden ingresar a carreras relacionadas con diseño y publicidad, también enfocadas al arte; durante el capítulo cuatro de la presente investigación se desarrollan estos lugares a los que hoy en día tienen acceso los agentes.

1). Esta relación entre lo urbano y el espacio público es importante para la investigación puesto que no solo hace énfasis en las relaciones que se dan en el espacio público, sino que también toma en cuenta el papel que las instituciones tienen en la construcción de éste. Las instituciones van a crear un *deber ser* del espacio público, un discurso sobre lo permitido y lo no permitido, lo que puede entrar y lo que se queda en el margen; en el caso del *graffiti*, durante su periodo de abundancia en México a finales de los años noventa, era visto como un indicativo de criminalidad, pobreza y mal uso del espacio público, hoy en día la forma en que es visto ha cambiado por lo que parte de la investigación se centra en la manera en que los agentes graffiteros perciben su relación con las instituciones y cómo éstas han transformado su práctica a lo largo de los años.

1.2.1.2 Aspecto biográfico en la construcción del espacio público

El espacio público es también opuesto a “lo fijo, es el ámbito de las circulaciones y las ocupaciones efímeras... Condensa las biografías e historias de quienes lo conforman... [por eso] es necesario conocer la narrativa del sujeto acerca de esos lugares (Pedroza, 2012:31). El espacio público está pues en constante cambio, por más que algún tipo de institución o autoridad trate de mantener algo fijo en este, los agentes, las personas que habitan y lo transitan van a mantenerlo en constante movimiento a través de su trayectoria; no sólo van a mantener un espacio fluido, todo lugar al que se muevan para adaptarse a este cambio de época va a ser mantenido en este estado, y la forma en que van a lograr el continuo movimiento, circulación y ocupación es a través de las construcciones, adaptaciones y apropiaciones que se desarrollan en las relaciones que mantienen con los agentes, al respecto Manuel Delgado dice que:

La vida social en espacios públicos se caracteriza no tanto por estar ordenada, como por estar permanentemente ordenándose... porque no es dado cristalizar jamás, a no ser dejando de ser lo que hasta entonces era; específicamente lo urbano, es decir, organizado a partir y en torno a la movilidad (Delgado, 2003:7).

Ahora, en el contexto de la investigación justo importa la manera en que los agentes graffiteros han mantenido un continuo (re)ordenamiento en un espacio público específico: el municipio de Nezahualcóyotl. Este municipio ubicado al oriente del Estado de México aparece en diferentes trabajos enfocados en el *graffiti* (Cruz, 2008; Pedroza, 2010; Ortiz, 2006; Mendoza, 2010; Arroyo, 2015) pero se mantiene la relación centro-periferia¹⁵, pasando por alto lo que allí se gestó; este lugar fue parte de las “ciudades [que] experimentan en el siglo XX procesos acelerados de urbanización y modernización excluyentes, que fragmentaron las formas de comunicación... lo que impuso mayor complejidad en la vida social y en las relaciones entre ciudadanía e instituciones” (Ramírez, 2015: 6).

Nezahualcóyotl muestra una forma específica de urbanización, ya que las autoridades gubernamentales no fueron las principales fuentes de construcción de la ciudad, sino que los propios habitantes fueron quienes iniciaron las obras necesarias para tener servicios básicos. Si bien lo que interesa es el *graffiti* que se ha elaborado en el municipio, es importante mencionarlo ya que el *graffiti* es parte de esa construcción, de esa urbanización, de esa forma específica de espacio público en donde existen encuentros entre diferentes grupos sociales, entre ellos los graffiteros, donde se pueden observar las condiciones de vida urbana (Ramírez, 2015).

Interesan esas formas de movimiento, circulación y ocupación que, junto con las mencionadas condiciones y contexto de producción, circulación y recepción (Gell, 2016; Pedroza, 2016); permiten analizar las diferentes formas en que es construido lo urbano a partir de la visualización de la agencia.

¹⁵ A pesar de que hoy en día ha creado su propio centro, mantiene una relación vertical con otros centros y la percepción del municipio -desde fuera- es, generalmente, de periferia.

1.2.1.3 Disputas por el espacio público

Es claro que los agentes graffiteros no son los únicos que construyen el espacio, y entran en una constante disputa por él. Esta es otra forma de abordar el espacio público:

(...) un producto social construido y disputado por actores sociales, políticos y privados que se adjudican su producción y se lo apropian de manera muy desigual para administrarlo y explotarlo... espacio de libertad e incluyente... favorece la producción social de la interacción y la identificación espacial (Ramírez, 2016: 144).

Lo público es el lugar donde se producen procesos y tendencias antagónicas que se expresan a través de la diversidad de formas de comunicación, trabajo, participación, sociabilidad y conflicto (Ramírez, 2015:12).

Con estos aportes se deja ver que las disputas por el espacio público van a tener desigualdades evidentes, no solo de clase, sino que cada contexto urbano va a desarrollar diferentes desigualdades, accesos, masificaciones y privatizaciones. Entonces el espacio es producto tanto de apropiaciones de manera colectiva como de disputas, tanto con otros agentes graffiteros, como de otro tipo de sujetos/agentes que buscan utilizar ese espacio. Esto da lugar a “diversos modos de habitar que se traducen en apropiaciones desiguales del espacio, pueden traducirse en diversos tipos de conflicto por el uso del espacio público” (Giglia, 2017: 17), puede darse también un “encuentro entre grupos sociales complejos y diferenciados, que exhibe la condición socio cultural de la vida urbana” (Ramírez, 2015:4). Cuando es visualizada la agencia de todos los que comparten un espacio público puede aparecer una gama muy amplia de variables, vistas en este apartado: conflictos, disputas, apropiaciones, circulación, oportunidades, desigualdades, etc. Todas ellas tienen consecuencias en la manera en que los agentes construyen y mantienen en movimiento su agencia. Se puede complementar entendiendo que los espacios públicos se presentan como un “lugar cuya característica es que admite la diversidad de usos, es accesible a todos y se autorregula, no por disuasión, sino por cooperación” (Delgado,1999: 37). Si bien todos tienen acceso a los espacios

públicos, hoy en día se ha encontrado que la tendencia neoliberal trata los espacios públicos como oportunidad de consumo dejando fuera a las personas o agentes que no pueden participar en el espacio público mediante el consumo (Ramírez, 2016, Giglia, 2017).

1.2.1.4 El papel de la calle en el Espacio público

Todos estos elementos del espacio público van a propiciar una forma de aprendizaje específica, que para el caso de los agentes graffiteros va a tomar la forma de la calle, en palabras de Pedroza Amarillas “la consideran la fuente de la que han abrevado todo su conocimiento y mantienen un lazo emotivo-afectivo con ella y los sujetos que la conforman... mantienen, conservan, producen y reproducen y circulan su cultura (...) ellos mismos [lo] denominan saberes de la calle (2016: 119)”.

Aquí se ve una conexión con la propuesta de la Antropología del Arte, puesto que en este campo existen formas de abducir un índice, que cada grupo va a desarrollar, estas son las que se nombran en las líneas anteriores: tanto relaciones, disputas, apropiaciones que se dan en la construcción de su entorno físico como las relaciones que se dan en la constante movilización de la agencia. La calle, el entorno físico y social del agente graffitero, será el lugar donde aprenderá una forma específica de construir el espacio público, con distintos tipos de variaciones recordando que está en un constante fluir, pero siempre guardando algunos elementos. Complementando este aporte Manuel Delgado dice que, “se vive en un momento en el que la calle vuelve a ser reivindicada como espacio para la creatividad y la emancipación, al tiempo que la dimensión política del espacio público es crecientemente colocada en el centro de las discusiones en favor de una radicalización y una generalización de la democracia” (Delgado, 1999: 19).

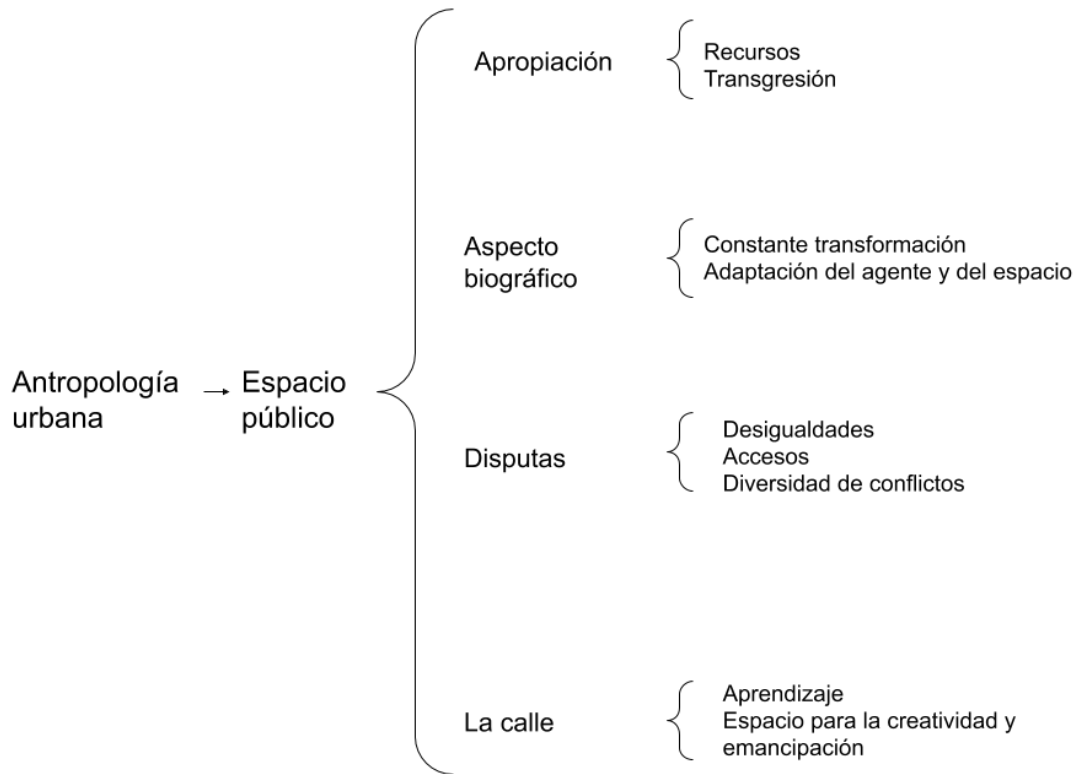
Con este comentario se ve la importancia del agente graffitero en la constante creación del espacio público ya no solo como agente que posibilita parte de las relaciones que en éste se dan, sino como reivindicador de la calle en un sentido político y a través de sus intervenciones aprende y lleva cada vez más lejos la creatividad que estos dos autores mencionan.

El *graffiti* como el espacio público guardan un elemento en común, la rapidez con que se pueden ejecutar y la durabilidad tan variada que puede tener un acontecimiento; en el caso del *graffiti*, dentro de las condiciones ilegales de producción son realizados en poco tiempo, en el caso de las condiciones legales puede llevar más tiempo pero ambos pueden estar plasmados en una pared durante un tiempo indefinido o pueden llegar a desaparecer en pocas horas; en el caso del espacio público, una relación puede efectuarse de igual forma, puede ser que ocurra en un instante muy corto y esta relación, de igual manera, puede durar un tiempo indefinido o puede desaparecer. De igual forma, ambas contienen un aspecto generador, en palabras de Delgado, “Las relaciones urbanas son, en efecto, estructuras estructurantes, puesto que proveen de un principio de vertebración, pero no aparecen estructuradas... sino estructurándose, en el sentido de estar elaborando y reelaborando constantemente sus definiciones y sus propiedades” (Delgado, 1999: 25).

Aquí se entienden las *relaciones urbanas* en parte como las relaciones que suceden en el espacio público urbano, bajo esta perspectiva se entiende que el *graffiti* y el espacio público están en una constante reciprocidad y (re)estructuración. De esta forma se puede comprender al *graffiti* como elemento de esta construcción que se da en torno a la urbanidad y, por esto, es utilizada la propuesta de la Antropología urbana en esta investigación de la mano de la Antropología del arte.

Si bien la pregunta central de la investigación gira en torno a la forma en que se construye la agencia de los graffiteros. Una vez colocada en medio de estas dos propuestas antropológicas se complementa la pregunta, resultando en: ¿Cómo los agentes graffiteros construyen el espacio público a través de su agencia? De esta forma se tiene presente la cuestión de la agencia como la capacidad de generar acciones; estas acciones son visibilizadas en el espacio público urbano, en ese lugar que los agentes graffiteros entran en disputa por las paredes para plasmar su agencia. Por otro lado, en un espacio público siempre existen agentes que intentan mantenerlo estático y que en algunas ocasiones lo ven como una oportunidad para administrarlo y explotarlo, en este caso se tiene la presencia de los agentes

instituciones de los que se hizo referencia páginas atrás, estos serán esenciales en la investigación para entender esa disputa y/o diálogo por el espacio público.



Cuadro 2. Antropología urbana y Espacio público. Jorge Oropeza.

Otra de las preguntas que se desprenden es: ¿cómo, los agentes graffiteros utilizan y/o participan en los eventos organizados por instituciones? La cual es pertinente ahora, después de ver que las instituciones juegan un papel importante en la construcción del espacio público; estos eventos permiten producir modalidades diferentes de ser escritores/graffiteros, producen nuevas formas de relacionarse con el espacio público y de relacionarse entre los agentes graffiteros. En la presente investigación interesa conocer la manera en que ambas formas de construir y/o producir el espacio público generan una relación específica entre los diferentes tipos de agentes graffiteros (ilegales y/o legales) y los agentes instituciones, cómo esas relaciones, generadas con un tipo de agente graffitero, modifica o genera una forma de relacionarse con los demás tipos (legal□ ilegal, legal□ legal, ilegal□ legal, ilegal□ilegal).

Habiendo establecido el puente entre la Antropología Urbana y la Antropología del Arte, las herramientas de estas dos vertientes se entrelazan para poder observar y comprender la forma en que los agentes producen y reproducen su cotidianidad, las formas en que la clasifican, etc. En ambas, cabe mencionar, no solo se aborda el *graffiti* como elemento aislado de la vida del agente, sino que se busca relacionarlo con los otros dominios en los que se mueve, entendidos a la manera que lo hace Hannerz (1986) en cuanto al dominio de aprovisionamiento, por ejemplo, se puede hacer referencia a cómo el *graffiti* se vuelve parte del mercado laboral y se desarrolla un modo de subsistencia. El agente graffitero se va acoplado a ese cambio de era adaptando el *graffiti* que produce, a las necesidades presentadas como nuevas oportunidades, desigualdades, formas de hacer etc.

1.3 Graffiti.

Por último, se presenta la categoría de *graffiti*, si bien se ha ido definiendo a lo largo del capítulo con las diferentes formas en que se puede entender el *graffiti* a través de la agencia y del espacio público, desde sus respectivas ramas antropológicas, solo faltaría presentar los autores con los cuáles se va a guiar la investigación y el enfoque que se hace.

La categoría de *graffiti* ha sido trabajada desde diferentes perspectivas, temporalidades y espacios. Una constante ya mencionada es su aparición en los espacios públicos no solo de ciudades sino de entornos o contextos rurales. El *graffiti* gusta de ser público, al alcance de todos, “forma parte de una lucha por una dominación de los espacios públicos y privados” (Valle, 2009: 40). El *graffiti* también modifica los órdenes discursivos sobre el espacio público (Herrera y Olaya, 2011).

Al modificar el uso del espacio público también genera un lenguaje diferente al hegemónico, diferente al usado para establecer ese deber *ser* del espacio “el graffiti en si no tiene como fin crear un gran otro discurso, o un gran meta relato, sino trabaja a base de una multiplicidad de relatos, generando con discursos

característicos desde diversos países o regiones” (Franco, 2011:8). Es, entonces, una forma diferente de vivir, entender, desplazarse, relacionarse con el espacio pero nunca busca ser parte de las formas establecidas, no trata de ganar aceptación dentro de las instituciones, al contrario, se mantiene siempre en constante enfrentamiento con ellas. El *graffiti* ofrece

(...) la posibilidad que tienen los sujetos de moldear, transformar y aparecer en la ciudad... generando discursos que provienen de diversos modos de entender su estancia, de construir diversas prácticas sociales, las cuales, comprendemos, son las que resignifican y constituyen los espacios. En este sentido, fracturan el orden y la lógica en que ha sido construida la ciudad, su orden civilizatorio y sus formas de gobierno (Herrera y Olaya, 2011: 4)

Permite a los agentes generar, a partir de esas formas de urbanismo, “modos identitarios y la construcción de imaginarios sobre sí mismo que recogen las formas de vida y de interacción en los cuales se ha vivido” (Herrera y Olaya, 2011: 6). Se establecen códigos culturales que permiten generar estos modos; el *graffiti* es una práctica realizada a escala global pero se mantiene dinamizada a partir de los agentes por medio de la práctica local que hacen en sus contextos (Pedroza, 2016). Se generan entonces formas específicas no solo de estar en la ciudad sino también en el *graffiti*, se acopla a las necesidades y los accesos que se tiene en un contexto específico. Así el agente graffitero, a través de su práctica, no solo genera respuestas sino que transforma su entorno *obligando* a algunas instituciones a crear respuestas.

Otro de los autores revisados es Mendoza Olvera (2011) quien ofrece una propuesta amplia en torno al *graffiti*, mientras muchos autores revisados mantienen su vista sobre algunos elementos él lo amplía, el *graffiti* para este autor es:

(...) toda aquella inscripción realizada en cualquier superficie del entorno urbano, fija o en movimiento, con o sin voluntad artística, legal o ilegal, producida con diversas herramientas como el aerosol, plumones y piedras de esmeril, con una tipología

definida a partir de *tags*, *bombas*, *wild styles*, tridimensionales (3D), caracteres y actualmente *Street art* (posters, estampas, estencil)” (Mendoza, 2011:45).

Pero no se queda en este punto, para él, el *graffiti* tiene que ser abordado no solo por la cuestión estética plasmada en los muros de la ciudad, también debe ser entendido como una serie de relaciones desprendidas a partir de esta práctica (Mendoza, 2011). Con los autores mencionados hasta este punto se puede ver que el enfoque no solo se encuentra entre el agente y el índice que desarrolla, se caería en la reducción del agente a solo una práctica sin tener en cuenta los demás aspectos que, dentro de su trayectoria biográfica, influyen en su práctica y en las relaciones que tiene a partir de ésta. Si bien los Agentes Graffiteros pueden mostrarse descontentos con el interés del investigador por su vida personal, hay elementos de otros ámbitos en los que se desarrolla que pueden arrojar mucha información sobre ésta sin incomodar, ahí entra la destreza del investigador para poder encontrar más de lo que busca.

Aquí aparece una bifurcación en el hacer *graffiti*, una división que para algunos Agentes Graffiteros es tomada como enemistad, para otros permite seguir transgrediendo el espacio público algunas veces y otras recibir insumos o pagos por la realización de estos, para otros es un paso casi evolutivo (Franco, 2011). El *graffiti* adquiere dos condiciones de producción: ilegal y legal (Pedroza, 2016).

1.3.1 Graffiti ilegal

El *graffiti* ilegal “agrede a la propiedad privada... varios graffiteros protestan, mostrando su inconformidad... ya sea por la carencia de espacios de expresión o por el contexto social que han habitado” (Franco, 2011: 17) toma los espacios sin ningún tipo de permiso, fugaz; la mayoría de las veces es nocturno y pocas veces se realiza durante el día. Pedroza Amarillas comenta que el *graffiti* ilegal es la modalidad “mediante la cual el escritor de graffiti se apropia, deconstruye y reconstruye estéticamente el espacio urbano” (2012: 72). En el caso específico de la zona de estudio: Nezahualcóyotl, muchos de los agentes graffiteros dieron sus

primeros trazos con aerosol bajo estas condiciones de producción, su trayectoria inicia en el *graffiti* ilegal y la agencia propia lo va llevando por diferentes ámbitos legales o ilegales. Aquí se desprenden diferentes preguntas en torno a las relaciones que se generan a partir de la agencia: ¿cómo se va desarrollando su trayectoria en tanto que se construye un *tag* en las calles? ¿Se desarrolla un valor estético específico o este no es tomado en cuenta? ¿Qué tipo de respuestas existen desde las instituciones frente a este tipo de graffiti? ¿Cómo reacciona el agente graffitero frente a las instituciones? ¿Cómo modifica, a través de su agencia, el espacio público? ¿Qué relaciones genera, en el espacio público, con otros agentes graffiteros?

1.3.2 Graffiti Legal

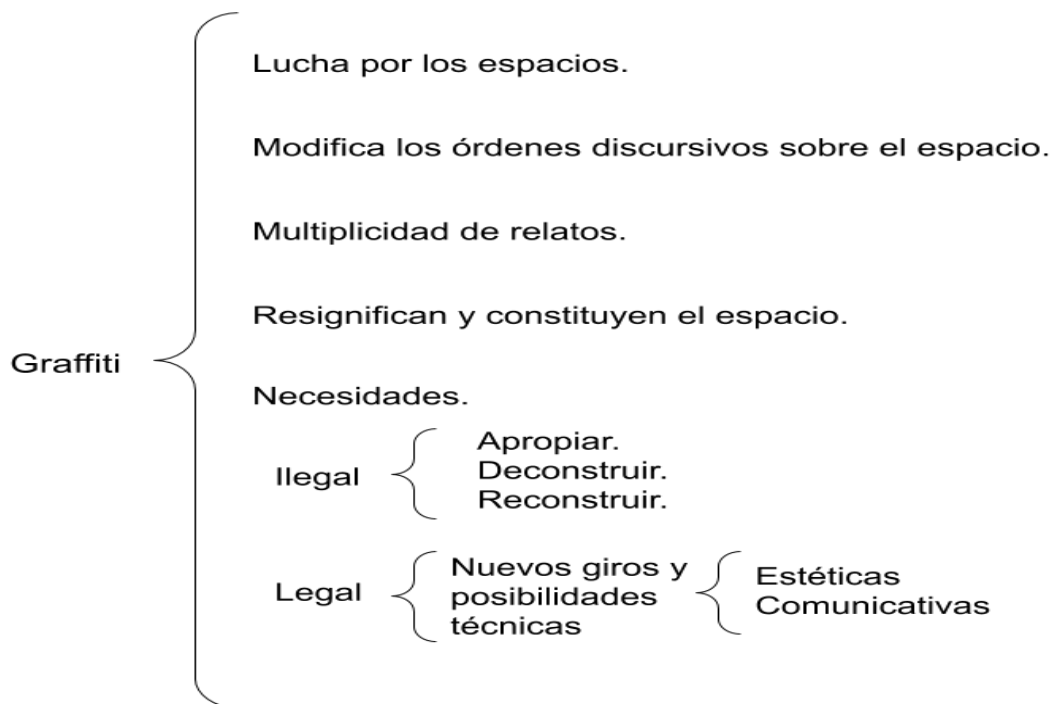
En esta forma de hacer *graffiti* se encuentran diferentes perspectivas, tanto desde investigaciones como desde los mismos agentes graffiteros; la cuestión es que este aspecto del *graffiti* se acerca a las instituciones o dueños del lugar (*spot*¹⁶) para poder obtener algún tipo de beneficio por (re)producir su práctica sin la necesidad de estar atento a la policía o a los dueños de las bardas que transgreden. Este aspecto legal permite “nuevos giros, tanto en sus posibilidades técnicas como en sus formas de expresión estética y de mediación comunicativa” (Herrera y Olaya, 2011: 3).

En estas condiciones de reproducción se encuentran los eventos y expo *graffiti*, los cuales son, algunas veces, planeados y llevados a cabo por instituciones, otras veces son organizados por los mismos agentes graffiteros pero siempre con el permiso de alguna institución; es, en estos eventos donde se establece un enlace con la estética hegemónica puesto que los organizadores realizan un proceso de selección de agentes graffiteros que pueden participar en ellos, así se escogen aquellos que no atenten contra el lenguaje de la ciudad, el cual se trata de mantener lo más inmóvil posible. Pero los agentes graffiteros que producen *graffiti* legal tienen

¹⁶ Ver el glosario al final del trabajo para consultar el significado de *spot*.

siempre diversas formas de salir de este control, se apropian de los eventos y los utilizan para reunirse con su *crew* o con diferentes *crews*, esconder la cerveza y estar bebiendo a espaldas de las autoridades, establecer nuevos vínculos y redes o quedar para salir una noche a hacer *graffiti* ilegal. Algunos otros esperan con ansias el final del evento para poder realizar un *graffiti* ilegal en la ciudad a la que fue invitado y dejar diferentes marcas de su estancia. A estas cuestiones refiere la presente investigación cuando se hace mención de las respuestas frente a los dispositivos de las instituciones, ya que mientras que éstas creen controlar lo que los agentes graffiteros hacen, ellos terminan apropiándose de ese dispositivo. En estas condiciones de producción se plantean las preguntas: ¿Qué tipo de relaciones existen entre agentes graffiteros legales? ¿Qué tipo de relaciones existen entre agentes graffiteros legales e ilegales? ¿Cómo se modifica la agencia de los agentes graffiteros al participar en un evento o expo graffiti?

Con lo escrito hasta aquí se tiene entonces que la agencia va a ser utilizada para entender la forma en que se desprenden relaciones en el graffiti, desde la creación de índices hasta las distintas redes que surgen a partir de éste debido a los códigos generados en su producción, circulación y recepción. Cabe señalar que



Cuadro 3. Graffiti. Jorge Oropeza

el uso de una teoría antropológica del arte no va encaminado a establecer el *graffiti* como arte, si bien hay distintos estudios que lo intentan, muchos de los agentes no buscan establecerse como artistas, aunque sí existen; lo que se busca es dar un nuevo matiz al abordaje del *graffiti* desde la Antropología y evaluar los alcances que esta teoría puede tener en este tema.

En cuanto a utilizar la antropología urbana y las herramientas de análisis sobre el espacio público, se comparte la postura de Pedroza Amarillas: “Resulta necesario utilizar las herramientas provenientes de la antropología urbana para ampliar nuestros análisis acerca de las prácticas cultural-artísticas de los graffiteros” (2012: 30). Poniendo énfasis en los aprendizajes que los Agentes tienen en la calle, se entiende la importancia que debe tener la antropología urbana en esta investigación ya que ésta es “como una arena, por lo tanto, es el escenario principal de las actividades donde confluyen quienes son seguidores de este movimiento e incluye, por definición, una apropiación de las áreas públicas, dando como resultado, obras que cobran vida en los espacios de la calle” (Valle, 2009: 81)

Con estas tres categorías y el debate que se genera entre ellas se buscó triangularlas y conectarlas generando una relación entre la acción estructurada y transformadora del *graffiti* y el espacio público como el espacio en el que se visibiliza esa agencia, no solo a través de la práctica visual del *graffiti* sino también de la reproducción social que los agentes graffiteros posibilitan a través de esta. De igual forma se vé a los agentes instituciones como ese elemento que dota de estructura controlada al espacio público en el sentido del deber ser pero entra en constante choque con los diferentes agentes que adaptan y/o transforman el espacio público a las necesidades reales que tienen, recordando que los agentes graffiteros no son los únicos que ocupan el espacio público.

Capítulo 2: Marco histórico del graffiti y su llegada al municipio de Nezahualcóyotl.

En este segundo capítulo se desarrolla un recorrido a través de diferentes fuentes bibliográficas sobre la aparición del *graffiti* en su concepción moderna, tomando en cuenta el *graffiti* de escritores proveniente de Nueva York y la posterior mezcla con el placazo de las ciudades fronterizas; de igual forma se muestra el aspecto que surge durante la década de los sesenta del graffiti reivindicativo (Valenzuela, 2012), que si bien existen diferentes autores y agentes graffiteros que no consideran éste como un antecedente, de alguna forma la parte combativa y de difusión de mensajes que se utilizó en los movimientos estudiantiles, y que se sigue usando, está relacionada con el *graffiti* mexicano.¹⁷ El tema central es la llegada del *graffiti* al municipio de Nezahualcóyotl y su adaptación a las condiciones locales, para esto también se habla de manera breve sobre el contexto urbano a finales de los años ochenta y principios de los noventa en donde se vive un importante desarrollo y diversificación en la práctica de los agentes graffiteros.

Otro punto de importancia para este capítulo y el siguiente, es la trayectoria de los agentes graffiteros durante la época señalada, esto para establecer los aportes que se gestaron en la periferia y crear una historia desde la periferia, que para esta práctica ha tenido una gran importancia pero, que siempre se nombra como lugar de paso y se centra en la capital del país generando un gran hueco. No se pretende generar una mistificación de los agentes graffiteros del municipio pero sí darle la importancia que tuvieron y conectar esa trayectoria con el contexto urbano relacionado con su habitar la periferia.

¹⁷ Al referir esta concepción se deja fuera de la investigación aquellas referencias sobre la aparición de graffiti en ciudades antiguas como Pompeya

2.1 Los movimientos estudiantiles y el graffiti.

Algunos autores consideran que los movimientos estudiantiles de la década de los años sesenta son una influencia directa del *graffiti* actual, en los que México aparece como uno de los principales países donde las pintas con aerosol acompañaron las protestas en contra del gobierno en turno y el establecimiento de un nuevo modelo. Al respecto Sergio Raúl Arroyo comenta que “hay quien ve en los años sesenta el surgimiento de una entropía que estimula la producción de la pinta callejera en México; se trata de ejercicios respaldados por una emotividad enmarcada en el pensamiento contestatario” (Arroyo, 2015: 26). Páginas más adelante el autor menciona que,

Este tipo de graffiti -antecedente y modalidad al mismo tiempo- se presenta como una contraparte que no se abroga la “verdad objetiva” sino la legitimidad de responder, utilizando una vertiente estratégica de la sociedad, no mediada o determinada por intereses económicos ni por la subordinación a los organismos formalmente reconocidos, estableciendo así una suerte de contrapeso social (Arroyo, 2015: 150).

Incluso hay una categorización del *graffiti* utilizado en marchas y protestas, que nace justamente en la década de los sesenta y sigue siendo utilizado: “En el *graffiti reivindicativo* se plantea un conjunto de necesidades y agravios de organizaciones sociales y grupos que formulan reclamos a las instituciones del Estado o plantean nuevos horizontes sociales, políticos, culturales y civilizatorios” (Valenzuela, 2012: 11-13; cursivas en el original). Otra forma de llamar a este tipo de *graffiti* es la pinta, definida como: “Las llamadas pintas, así como cualquier mensaje verbal dotado de contenido político, generalmente utilizadas como recurso alterno, dan paso a cualquier tipo de inconformidad, destacando su faceta política en forma de denuncia” (Arroyo, 2015: 150). Ambas formas responden al mismo uso y aparecen en ese mismo momento, esa misma coyuntura en la que las paredes de la ciudad se utilizaron para resignificar el espacio público.

El *grafiti* es usado como medio alternativo de comunicación, incluso se podría hablar de una forma alternativa de “hacerse ver”, solo que relacionado con un mensaje contra-hegemónico, un mensaje que modifique el orden existente, modificando también esa forma de ser agente en el espacio público; ya no solo de los mismos estudiantes sino de la población en general, se comienza a ver este espacio, estas paredes de la ciudad, como contenedores de “las voces de los pueblos. Los movimientos sociales y, en especial los jóvenes, han realizado una intensa apropiación de paredes y el graffiti o las pintas son constancias que divulgan necesidades, agravios, sueños, evo y desiderata” (Valenzuela, 2012: 13), conectando así con el elemento de apropiación que se habló en el capítulo anterior¹⁸. Este *graffiti* estaba¹⁹ compuesto de palabras legibles, a diferencia de lo que sería en un futuro, frases que todo mundo pudiera leer, puesto que la premisa era conectar con la gente, que comprendiera el mensaje y se uniera, o al menos sembrar ese cuestionamiento a los elementos hegemónicos contra los que se luchaba, a su vez era colocado en lugares accesibles para que más gente pudiera verlos, generalmente con un solo color y dejando completamente de lado la carga estética que los agentes graffiteros le dan hoy en día.

Esta forma alternativa de comunicación aparece como “movimientos estudiantiles que hallaban en los aerosoles una extensión del lápiz, lo que les servía para expresar desde las paredes del campus hasta los muros más lejanos de los suburbios, sus ideas, demandas y filosofía” (Arreola, 2005: 29). Ya desde aquí se inicia ese deseo de transgresión, no solo busca luchar contra las formas opresivas de gobierno, sino que también se inicia ese movimiento que busca modificar el espacio público:

La pinta, como consigna, tuvo uno de sus mayores momentos en 1968, cuando la masa estudiantil se apropió de los muros de la ciudad para hacer patente su discrepancia, formulando peticiones, ideales, propuestas y slogans, como contrapeso de una prensa que actuaba bajo el control irrestricto del Estado. Tal como sucedió

¹⁸ Ver apartado 1.2.1.1 Espacio público como apropiación.

¹⁹ Aunque actualmente se sigue usando el *graffit* reivindicativo en los movimientos sociales.

con la Primavera de Praga y el Mayo Francés, la generación del 68 mexicano adoptó el método de la pinta como uno de los ejes de la movilización, imprimiéndole un especial filo crítico que impugnaba las líneas ideológicas de un nacionalismo aburguesado y represor (Arroyo, 2015: 151).

Se retoma el espacio público como un lugar de interacción e intercambio de ideas, de encuentro con el otro y ya no de un simple punto en medio de los espacios privados. Se sale a las calles a luchar y protestar, a compartir y aprender una forma diferente de vivir, transitar y ver la ciudad. De esta forma, “tras las revueltas de la década de 1960 había quedado al descubierto el uso que podía dársele al graffiti con el fin de hacer audible la voz de las clases sociales menos escuchadas” (Pedroza, 2016: 120). Por estas razones es que se les considera como un elemento, un punto de los cuales parte el *graffiti* -al menos en esta investigación-, y tiene influencia en cómo se entiende, se analiza y se visualiza hoy en día. Tal vez este aspecto contestatario originado en la década que más fuerte fue golpeado el sistema hegemónico, fuera la razón por la cual sería blanco de diferentes prejuicios y repudios hacia las protestas, tal como se ve hoy en día; donde, después de alguna protesta, en donde se utilizan las paredes para evidenciar la injusticia, la falta de empatía, los abusos, el hartazgo o para señalar a personas, la primer reacción que tienen muchos de los medios de comunicación es descalificar el movimiento que lo creó.

Cabe señalar que los movimientos estudiantiles de los sesenta marcaron un inicio para el uso de diferentes herramientas provenientes del graffiti en las protestas alrededor del mundo; hoy en día es común ver diferentes tipos de protestas que a su paso por las calles dejan las marcas de esas voces que nunca son escuchadas, minimizadas o invisibles a los ojos de la sociedad. Si bien, algunos graffiteros consideran que lo utilizado en estas marchas y protestas no es *graffiti* sino pintas, lo cierto es que comparte el sentido de cambiar el uso del espacio público y generar molestia en los diferentes sectores de la sociedad.²⁰

²⁰ Cabe resaltar que durante estos movimientos el uso del estencil o stencil fue de mucha ayuda debido a la rapidez con la que podía ser plasmado en la pared. El stencil es una especie de molde prefabricado, se

Al preguntarle a REST sobre las pintas y el *graffiti* reivindicativo y su relación actual respondió que:

Si obviamente, los movimientos estudiantiles del sesenta y ocho no son importantes solo en la parte como estudiantil, sino que repercutió en todas las capas de la ciudad, en ese sentido, y vuelvo a lo mismo, Neza al ser una ciudad tan nueva y tener tantas necesidades de estar pidiendo los medios para tener una vida digna, esto son, drenaje, luz, agua potable, todo eso; pues las personas que estaban aquí en Neza, los primeros habitantes se empezaron a organizar y a salir a la calle a pedir a las autoridades las mejoras para las condiciones de vivienda y en ese proceso el chapopote tuvo una función primordial, ¿en qué sentido? que las señoras y señores salían a pintar con su chapopote “fuera el gobierno” o pidiendo servicios, decía “fuera el mal gobierno” o muchas veces a los líderes de estas personas los metían a las cárceles entonces hacían marchas o lo que sea y estas personas pedían su liberación con el chapopote, entonces pues obviamente hay una connotación de pintar, el uso de pintar en la calle o en un muro es también pues milenario pero es parte también de estos fenómenos sociales en los que por necesidad tienes que salir a la calle y pues obviamente, aunque no se quiera ver tal cual una influencia pero si tiene que ver mucho ver a tu mamá pintando en la calle “liberen a nuestros dirigentes” ¿no?, tienes ocho años. Cuando tienes veinte dices: “¡ah no manches!” tal vez no con la misma idea, tal vez no con la misma lógica pero de alguna forma te influye para que tú lo reproduzcas, pero ya con otra visión con otros tintes, con otras lógicas no, ya en este caso el *graffiti* de poner tus líneas, de hacer tu *graffiti*, tal vez ya no con una connotación lógica pero si con el principio de hacerte notar los permea a los dos este instinto de pintar en el muro (Entrevista a REST, Junio de 2018).

Con esto se ve la necesidad de ese espacio en donde las voces más ensordecidas y las personas más invisibilizadas, que iniciaban la urbanización de la periferia, fueran atendidos. El antecedente y modo del *graffiti* que, si bien no es aceptado por todos, está ahí, como esa forma de hacerse ver frente a un aparato

coloca sobre la pared y se rellena con aerosol, pueden utilizarse varias capas de molde para dar una figura más definida.

estatal indiferente frente a la situación de la población. Tal vez es por esto que muchos agentes graffiteros mantienen la postura de que el *graffiti* es protesta, posicionándose lejos de un discurso establecido, escuchado, sino ahí en donde se le necesita para ver a lo otro.²¹

2.2 Largo peregrinaje desde Nueva York hasta Neza York

En este apartado se presentan las principales ciudades por las que los agentes graffiteros fueron plasmando su agencia sobre las paredes, dejando huella de su paso de su existencia, de sus hazañas y de su aprendizaje en las calles. Generaron experiencias en torno a las ciudades y desarrollaron una forma diferente de entender y utilizar el espacio público, al punto de que los roces con los usos tradicionales causaron diferentes tipos de tensiones. Como se ve en el título del apartado se inicia en Nueva York y se termina en *Neza York*, ambas ciudades comparten un aspecto crucial y es que entre las dos hay redes de apoyo, entre las dos hay puntos de inicio, de llegada, de retorno y de referencia. si bien, como dice, José Manuel Valenzuela: “El recuento canónico incluye sitios pioneros en la ciudad de Nueva York, como Manhattan, Brooklyn o el Bronx, pero se fueron añadiendo decenas de ciudades bombardeadas por el graffiti como Los Ángeles y San Diego. Los *tags* viajaron de polizontes en trenes, camiones y vagones del metro.” (Valenzuela, 2012: 15), no se agota en este recorrido la cantidad de ciudades o de agentes graffiteros que estuvieron en las calles durante estos años; algo curioso fue el contacto que mantuvieron Martha Cooper y Henry Chalfant quienes, después de publicar su libro *Subway Art*, recibieron cartas de agentes graffiteros argumentando que nunca visitaron otras líneas del metro (Cooper y Chalfant, 2015). De igual

²¹ Revisar Gómez, David. *La creatividad en el graffiti* donde se evidencia el uso del aerosol tanto en Francia como en México durante 1968.

manera, muchas investigaciones, estudios, notas y documentales atraviesan por lo mismo.

Un elemento que se debe tener en mente es también el viaje que muchos agentes graffiteros de origen norteamericano hicieron durante estos años, acompañando a mexicanos a través de estas ciudades

No obstante, la influencia predominante del orbe californiano, las rutas que tomó el grafiti rumbo a México fueron múltiples. Ciudades como Chicago, Filadelfia (poco comentada pero significativa). Nueva York y numerosas localidades del sur y este de Estados Unidos ejercieron su influencia por medio de la migración de y de algunos hacedores de grafiti estadounidenses que hicieron de la aventura mexicana una parada importante en su camino (Arroyo, 2015: 32).

Así pues, se describe la primera ciudad y zona en la que apareció uno de los elementos que influyó de forma muy importante al *graffiti* mexicano.

2.2.1 Nueva York principalmente pero también Filadelfia y Chicago

A continuación se describe el contexto y el desarrollo de la agencia que ocurrió en la ciudad de Nueva York, ciudad que vio nacer el *graffiti* de escritores; para conectar lo descrito en el apartado anterior y dar pie a este segundo apartado se parte de la (re)apropiación del espacio público y la (re)significación de algunos elementos institucionalizados; se describe, desde diferentes fuentes bibliográficas, el recorrido que hubo desde Nueva York hasta *Neza York*, aunque utilizando mayoritariamente el trabajo realizado por Craig Castleman para describir el contexto de la ciudad estadounidense,

Desde la segunda mitad del siglo pasado, la calle vio nacer un nuevo lenguaje. Éste se comunica con caligrafías, placazos, murales y graffiti, se realiza al margen de la ley y, en un principio pretendía infiltrar mensajes en la ciudadanía a través de la repetición. Esta irrupción en el espacio público comenzó a plagar las calles del mundo

–de Nueva York a todo rincón urbano-, y paulatinamente fue tomando posesión de las mismas (Valenzuela, 2012: 7).

La cuestión es que en esta ciudad estadounidense surge la segunda mayor influencia de los graffiteros mexicanos; es el *graffiti* de esta ciudad estadounidense el que va a poner los cimientos de los valores estéticos propios del *graffiti* y va a generar un sentido de apego muy fuerte; si bien existen otro tipo de *graffitis* en el municipio, antes de la llegada de la influencia nortea, como menciona Pedroza Amarillas (2016) “(...) en la década de 1980, en la Ciudad de México las paredes eran soporte de otro tipo de graffiti (...) Las pandillas también practican graffiti pero lo hacen con una función marcadamente territorial, y éste difiere sustancialmente de la práctica artística-cultural de los escritores” (Pedroza, 2016: 120). E incluso durante los primeros años del *graffiti* de escritores va a estar combinado con el *graffiti* territorial, actualmente deja de tener relevancia el sentido territorial -sin perderlo totalmente- y el sentido estético -del *graffiti* de escritores- carga con la mayor relevancia; Durante este recorrido se mencionan ciudades como Tijuana y Guadalajara donde el *graffiti* territorial tenía un peso importantísimo incluso antes de la llegada del *graffiti* de escritores.

Este elemento que a menudo se observa en las investigaciones, reportajes, documentales y en el propio discurso de los graffiteros, respecto al *graffiti* mexicano es la expansión que tuvo a través de las ciudades de Estados Unidos y hasta la parte central de México. Un aspecto importante a señalar, cuando se habla de esta expansión son los constantes vaivenes que se experimenta entre ambos países,

(...)las rutas que tomó el graffiti rumbo a México fueron múltiples Ciudades como Chicago, Filadelfia...Nueva York y numerosas localidades del sur y este de Estados Unidos ejercieron su influencia por medio de la migración y de algunos hacedores de graffiti estadounidense que hicieron de la aventura mexicana una parada importante en su camino (Arroyo, 2015: 32).

Esto es importante puesto que hace evidentes dos cuestiones, la primera de ellas referente al flujo de migrantes que se intensificó hacia finales de la década de

los setenta teniendo el *sueño americano* como meta y que, posteriormente, se ve transformado por el retorno de los migrantes, cargados de diferentes elementos culturales vistos en las ciudades de Estados Unidos, entre ellos el *graffiti*; la segunda de estas cuestiones es la participación en esta expansión y propagación de los mismos estadounidenses que en esta idea de recorrer el mundo pasan por diversas ciudades de México dejando huella en aerosol sobre las paredes.

El *graffiti* que surge en Nueva York comúnmente se asocia a un joven repartidor que en sus continuos vaivenes por la ciudad dejaba plasmado su apodo y la calle en la que vivía, muchas son las fuentes que recogen este punto como el nacimiento del *tag* (Sánchez 2010, Mendoza 2011, Franco 2011, Arroyo 2015, Valenzuela 2012, Pedroza, 2010) e incluso el trabajo de Craig Castleman (2012) ha sido comentado y citado innumerables veces para reforzar los argumentos sobre este nacimiento. Lo importante es no perder de vista el nombre de esta ciudad, ya que es conocida por tener un sinfín de inmigrantes provenientes de todos los rincones del mundo. Incluso el mismo TAKI es de origen griego; este punto es relevante para entender la propagación de este tipo de *graffiti* ya que en los años posteriores a la aparición del artículo que volvería a TAKI 183 el *padre del tag* y del *graffiti* en su concepción actual (Castleman, 2012), en diferentes ciudades de Estados Unidos comenzaron a ser más visibles este tipo de mensajes. En el contexto de esta ciudad, los jóvenes fueron los principales agentes, mayormente afroamericanos y latinos estadounidenses, aunque, como se mencionó, los había de toda procedencia, los que “impactaron la opinión pública por su profuso desarrollo, intrigaban a la sociedad global por sus códigos cifrados, indignaron sectores medios y altos por su desafío a la propiedad privada y su actitud iconoclasta” (Pedroza, 2010: 107).

Dentro de las fuentes revisadas se encontraron los nombres de Combread y Top Cat, dos personajes que “para 1965, en los barrios afros de Filadelfia surgen (...) quienes comienzan a escribir sus nombres en las calles” (Franco, 2011: 9). Incluso Arroyo (2015) hace mención de referencias sobre Filadelfia y Chicago, que esta última ciudad también fue punto de llegada de incontables oleadas de migrantes, al punto de que fue necesario que la creación herramientas para describir

y posteriormente controlar a la población local; pero que aún así es poco el material que existe sobre este lugar en cuanto a la aparición de *graffiti*. Si se considera la cercanía que existe entre estas dos ciudades resulta factible pensar que los personajes mencionados en estas líneas no fueron los únicos y es un tanto difícil saber si alguno de estos tres, o incluso los tres, fue el primero o los primeros. Lo importante es, como se mencionó, tener en cuenta la gran movilidad que existía en estas ciudades.

En su trabajo titulado *Getting up. Hacerse ver. Graffiti metropolitano en la Ciudad de Nueva York* Craig Castleman describe a los agentes graffiteros²² y las diferentes prácticas que ellos tuvieron, principalmente en el metro de Nueva York, refiriéndose poco a las paredes de la ciudad u otros lugares donde se hiciera *graffiti*.

Después de que TAKI 183 apareciera en el *New York Times*, su práctica comenzó a viralizarse por toda la ciudad, siendo los interiores del metro el principal lugar en donde se plasmaron los *tagueos*²³. El artículo apareció en julio de 1971 y para el siguiente año,

En 1972 el grafiti se convirtió en un problema político para la ciudad de Nueva York. Durante aquel año y el siguiente diversas autoridades municipales, particularmente el alcalde John V. Lindsay, pergeñaron y debatieron toda una serie de medidas y programas de actuación con respecto al problema del grafiti y realizaron numerosas declaraciones públicas sobre este tema (Castleman, 2012: 183).

Los estilos de caligrafía empezaron a desarrollarse y diversificarse pero fue hasta que un agente graffitero proveniente de Filadelfia, mencionado anteriormente, llega a Nueva York que los estilos de letras dieron un gran salto

El tipo de letras utilizado siguió siendo bastante claro y legible. Tras la llegada a Manhattan de un escritor de graffiti de Filadelfia llamado Top Cat, que afirmaba que todo lo que sabía sobre la escritura de graffiti lo

²² Resulta importante hacer la aclaración que Castleman no habla de agentes graffiteros sino de writers o escritores. Este uso es solo para los fines de la presente investigación

²³ En la edición revisada de *Ghetthing Up*, la traducción literal es taqueos; durante este capítulo, cuando se mencione el *tag*, se referirá como tagueo, haciendo referencia al trabajo de Castleman.

había aprendido en el legendario pan de maíz de Filadelfia, escribía su nombre en letras alargadas, finas y muy juntas, como si estuvieran levantadas sobre pequeñas plataformas. Los taqueos de Top Cat eran muy difíciles de entender, pero parecía que esto los hacía destacar, y llamaban más la atención que el resto; un gran número de escritores de Manhattan adoptó su estilo y lo bautizó con el nombre de <<Broadway Elegant>> (Castleman, 2012: 85-88).

De esta forma se ve que no fueron ciudades aisladas, separadas e incomunicadas, sino que los estilos se desarrollaron en diferentes ciudades de la zona y la movilidad existente de los agentes graffiteros posibilitó que hubiera este intercambio, diversificando y dinamizando la práctica. Incluso, Castleman narra la experiencia de dos mujeres que en un viaje a Florida aprovecharon la oportunidad para dejar su *tag* en todas las paradas del autobús. Más adelante se hablará de una relación similar entre diferentes ciudades de California y Baja California.

El contexto en el que se encontraban los jóvenes de Nueva York no era el más óptimo para estar circulando por la ciudad, las bandas obligaron muchas veces a elegir entre ser enemigos o ser amigos

Hace ya bastante tiempo que la violencia de las bandas callejeras se ha convertido en una auténtica plaga para la ciudad de Nueva York(...) Los jóvenes de Nueva York, en particular los que viven en los distritos más pobres, se encuentran a menudo ante la tesitura de tener que elegir entre unirse a una de las bandas o convertirse en una de sus víctimas (Castleman, 2012: 133).

Pero la seguridad del territorio que éstas controlaban no era suficiente lienzo para los agentes graffiteros, por lo que tuvieron que idear nuevas formas de recorrer la ciudad de manera segura, así como nuevas formas de organización y de apropiación. De esta forma aparecieron las agrupaciones de agentes graffiteros “Los escritores de Brooklyn solucionaron sus problemas con las bandas del modo más directo posible: creando las suyas propias” (Castleman, 2012: 139); así, el andar en el espacio público se modificó y los agentes graffiteros pudieron recorrer

las calles en busca de nuevas zonas para realizar su *graffiti*, posibilitando también que la creatividad y la experimentación alcanzaran nuevos límites y lugares; el desarrollo de herramientas creadas por los propios agentes se hizo visible, comenzaron a experimentar intercambiando las válvulas de los aerosoles, al igual que creando sus propios marcadores para realizar *tagueos* en el interior del metro. Así se fueron desarrollando dos códigos de estética diferentes ya que, al interior del metro se mantenían las letras monocromáticas y planas y por fuera empezaron a aparecer diferentes tipos de *graffitis*, se crearon las piezas²⁴ y con ellas ese otro código estético, donde se valoraba más la técnica y la calidad.

Una vez que se empezaron a pintar los exteriores de los vagones “muchos grupos empezaron a hacer una división del trabajo necesaria para su creación. La repartición del trabajo se efectuaba de acuerdo con la técnica y el estatus de los escritores” (Castleman, 2012: 153). De esta forma el *graffiti* dejó de ser una tarea de solo un par de amigos que salían a llenar cualquier superficie y se transformó en auténticas misiones nocturnas para entrar en los túneles o los aparcaderos del metro en grupos medianos y dividirse los vagones, las tareas de vigilancia y mantener la ruta de escape lista. Conforme se fue utilizando la parte exterior del metro se fueron desarrollando los estilos y poco a poco las estaciones se fueron resignificando como esos puntos donde los agentes se reunían a ver pasar los trenes, intercambiar firmas, aprender y presumir los frutos del trabajo nocturno, transformando así en un medio, un espacio no solo de producción sino también de circulación y recepción del *graffiti* al sistema de metro, apropiándose del espacio público y generando nuevas oportunidades cada día. Los propios agentes consideraban que “pintando el metro embellecen la ciudad y, por lo tanto, consideran que lo que hacen es un servicio público” (Castleman, 2012: 103).

Se creó así un marco establecido de valores entre los propios Agentes graffiteros, siendo más visible en las estaciones de metro en donde,

Los escritores son unos críticos muy severos con los estilos de sus colegas. Por lo general, cuando juzgan los méritos de una pieza, suelen fijarse en la originalidad del

²⁴ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de pieza.

diseño, en el encadenamiento, delicado o torpe, de las letras, llamado <<flujo>>, en el brillo de los colores, en el modo como está aplicada la pintura (los puntos negros y los churretones son algo repudiado por todos), en la precisión y definición de los contornos, en el uso efectivo de los detalles (decoraciones que acompañan a las letras del nombre y que pueden variar desde simples líneas, espirales, flechas o estrellas, hasta caricaturas o dibujos de lo más complejo). Cuando los escritores ven una pieza que muestra un diseño y una técnica deficientes, se limitan a decir que tiene <<mal estilo>> y a menudo respaldan esta afirmación con un análisis detallado de sus fallos. Cuando se encuentran ante una pieza bien ejecutada y con un estilo elegante, expresan su aprobación empleando una de las muchas expresiones que existen a este efecto (Castleman, 2012: 54).

Con el tiempo comienzan a desarrollarse las guerras de estilo y estos marcos establecidos cada vez se hacen más elaborados, los pequeños detalles, las dificultades y el peligro en la realización de los *graffiti* en el metro forman parte de los códigos estéticos generados a partir de esta interacción en el espacio público.

Al pasar de los años los propios agentes graffiteros comenzaron a crear organizaciones que les permitieran desarrollar su agencia de forma más tranquila durante los días y por las noches seguir con lo habitual; así algunos adultos empezaron a organizar a los jóvenes y buscaron la forma de apoyarlos para obtener un espacio, tal es el caso de la UGA (United Graffiti Artists) y la NOGA (Nation of Graffiti Artist). En ambos casos la iniciativa fue por parte de personas ajenas al *graffiti* y permitieron que la gente viera con otros ojos al *graffiti* que creaban, recibiendo diversas críticas por esto, pero ellos continuaron haciendo lo que les gustaba. Incluso, dentro de sus influencias se encontraba el arte establecido, el arte de las galerías, de la historia, en palabras de Castleman

La mayoría de los escritores muestra un gran interés por todo lo relacionado con las técnicas de la ilustración gráfica, la fotografía, la caligrafía, la impresión y la pintura. La historia del arte también suele atraerles, y hay algunos escritores que cuando quieren crear nuevos diseños para sus <<piezas>> buscan la inspiración en los libros y los museos. En el caso de Lee y Fred, esta atracción dio lugar a un profundo sentimiento de identificación con ciertos artistas del pasado (Castleman, 2012: 101).

Durante estos años las autoridades de Nueva York comenzaron a reaccionar de manera negativa frente al *graffiti*, implementando una serie de medidas que se esperaba erradicaran a los agentes y su *graffiti* pero no hicieron más que alentarlos a desarrollar más estilos y estar cada vez más organizados frente a las autoridades. Una de las respuestas más generalizadas y que forma parte de los discursos de criminalización de la juventud que perduran hasta hoy, fue la de establecer el *graffiti* como un indicativo de delincuencia y pobreza, asegurando que cualquier joven que haga *graffiti* seguramente terminará cometiendo más crímenes (Castleman, 2012). Conforme las autoridades fueron estableciendo dispositivos cada vez más fuertes de control, los espacios de encuentro de los agentes graffiteros fueron convirtiéndose en lugares inseguros, dejando esas grandes redes que habían tejido alrededor de la ciudad,

(...) la comunicación entre los escritores de los diferentes barrios y distritos de la ciudad no es tan estrecha como en el pasado debido al enérgico control policial de los lugares de encuentro. Ahora los escritores se ven principalmente con los colegas que conocen en la escuela, en la calle o, si pertenecen a algún grupo de graffiteros, con los demás miembros de éste. Al parecer, el simple hecho de ver pasar en los trenes los nombres de otros escritores les proporciona un sentimiento de cercanía, aunque no los conozcan personalmente. Además, la fama de ciertos escritores y los cotilleos relativos al mundo del graffiti se siguen difundiendo, de una manera o de otra, de un lado al otro de la ciudad, si bien es cierto que las noticias ya no viajan con la misma rapidez ni con la misma precisión con que solían hacerlo (Castleman, 2012: 123).

Se optó por una comunicación más indirecta entre los agentes graffiteros, haciendo que las redes de apoyo y aprendizaje se redujera a los círculos cercanos, pero esto no los detuvo, llegando incluso a proponer al alcalde a pintar vagones y observar la reacción de la gente para evaluar la situación y establecer una legalización del *graffiti*, por su puesto fue rechazada inmediatamente (Castleman, 2012).

Los graffiteros decidieron mantenerse en la ilegalidad, aprendiendo en las calles, compartiendo sus conocimientos, adaptándose a las nuevas políticas antigraffiti. Pero lejos de detener a los agentes, éstos comenzaron a esparcir la práctica por el resto de ciudades y, habiendo población de origen mexicano, se fue en dirección a la frontera sur de Estados Unidos.

2.2.2 California y lo cercano a México

Con el paso del tiempo el *graffiti* neoyorquino comenzó a aparecer en diferentes ciudades de Estados Unidos, tal es el caso de San Francisco, Los Ángeles y San Diego (Cruz Salazar, 2008) las cuales fueron “ciudades vinculadas por el drama de la inmigración y el fragor del graffiti. En sus paredes los tags crecieron como las enredaderas de un alfabeto excéntrico que cubría zonas enteras del espacio urbano” (Arroyo, 2015: 31) Al igual que en la zona de Nueva York, aquí lo importante es recalcar la continua afluencia de personas en condición de migrantes, quienes por su constante movilidad comenzaron a esparcir esta práctica. En estas ciudades de California ya había un antecedente de uso del espacio público

Cuando en Los Ángeles arribaron las prácticas del graffiti estilo Nueva York, ya existía el precedente del placazo. Tanto en el barrio como en la pinta se aprendía a hacer caligrafía, en letra chola para ponerle estilo al nombre... Sin contacto directo con el estilo salvaje proveniente de Nueva York, los angelinos del este desarrollaron estilos híbridos, combinando las tradiciones gráficas mexicoamericanas (Valenzuela, 2012: 27).

En este punto la perspectiva neoyorquina de *graffiti* comenzó a fusionarse con la, ya puesta en práctica, perspectiva chicana/chola. Para estos momentos ya se había comenzado a utilizar diferentes marcas territoriales en comunidades mexicanas ubicadas en esta zona y diferentes símbolos de la mexicanidad eran plasmados en las paredes de estos barrios “Significativamente, uno de los detonadores del graffiti en México está relacionado con la comunidad mexicana

asentada en California. Los primeros graffiti basados en caligrafías se remontan a las comunidades de trabajadores que organizaron los zoot-suit riots en California durante la década de los cuarenta” (Arroyo, 2015: 26). Las caligrafías utilizadas por las comunidades mexicanas en California habían empezado a circular en las paredes de los barrios y muchos jóvenes las reproducían en diferentes lugares y debido al contexto transfronterizo en el que se encontraban fueron llevados a ciudades como Tijuana en donde tuvo una historia propia este tipo de expresiones.

Este choque entre, por un lado, un uso totalmente territorial y, por otro, un uso más orientado hacia lo estético neoyorkino le daría un nuevo impulso al *graffiti* y lo haría cruzar fronteras. Estas ciudades serán importantes tanto por su cualidad de punto de llegada como por ser un punto de retorno en la vida de los graffiteros, como se verá más adelante forma un importante nexo con otras ciudades que no precisamente comparten frontera con Estados Unidos pero que su cercanía y los flujos que generan van a ser importantes para que los estilos, las técnicas y los materiales se empiecen a distribuir por todo México.

2.2.3 Tijuana

Es en este punto cuando los agentes graffiteros llegan a una de las fronteras más transitadas: Tijuana-San Diego; ésta es también conocida por el contrabando, y en este caso no solo de sustancias sino que “de modo similar, el artefacto cultural del graffiti se coló como otra forma de contrabando hormiga, en la mochila de los viajeros frecuentes, en las libretas escolares donde los jóvenes ensayaron sus estilos, y así apareció en las ciudades fronterizas” (Valenzuela, 2012: 29). El *graffiti* que nació en Nueva York, lo nombraron ilegal después de nacer y se movió por todas las ciudades que pudo, ya ilegal dio otro paso, cruzó la frontera como la mayoría de las personas y cosas lo hacen: de manera ilegal. En Tijuana comenzaron a apropiarse de él y comenzaron a experimentar dentro de la parte estética del *graffiti*, mientras que la parte territorial creaba enfrentamientos entre los jóvenes de Tijuana y los de San Diego. “El vínculo entre Tijuana y San Diego,

definido por una fuerte presencia de ámbitos transfronterizos, incidió en la aparición y desarrollo del graffiti” (Valenzuela, 2012: 25).

Hablar del origen del *graffiti* en Tijuana es un tanto difícil si no se tiene en cuenta la relación transfronteriza que tiene con otras ciudades de Estados Unidos, estas relaciones transfronterizas posibilitaron durante muchos años diversos intercambios culturales, y ayudaron a mantener en constante dinamismo ambos lados de la frontera. En Tijuana el *graffiti* tiene dos orígenes

Dos elementos influyen en las expresiones grafiteras que han marcado a Tijuana en las últimas cinco décadas: su emergencia dentro de códigos transfronterizos, como ocurrió con el *choloismo* y el *tag hipopero*, y su inscripción como referente de estas culturas juveniles portadoras de estilos de vida distintivos. Cholos y graffiteros tijuanenses se conformaron desde abigarrados procesos de apropiación, diferenciación y circulación cultural transfronteriza, generando identificaciones y agrupamientos cotidianos pero con ámbitos distintos de apropiación del espacio. Mientras el cholo se atrinchera en las rutinas íntimas del barrio, el *tagger* deambula como *flaneur*, significando la ciudad en su conjunto (Valenzuela, 2012: 9. Cursivas en el original).

Ahondando un poco en la parte chicana y chola el *graffiti*, el mismo autor comenta que

En los años sesenta, en las ciudades fronterizas de México y Estado Unidos cobraron presencia caligrafías que se expandieron por colonias y barrios populares... A estas caligrafías se les identificó como placazos. Aluden a la identidad de la persona y el barrio al que pertenece y forman parte de la cultura de los cholos que adquirió impresionante presencia en los barrios mexicanos y chicanos desde los años sesenta (Valenzuela, 2012: 13).

A partir de la combinación de estos dos elementos el *graffiti* fue resignificado, resultando, en un principio, un híbrido donde valía tanto la cuestión estética neoyorkina como la estética chicana, la territorialización y el hacerse ver, así como también el pisarse. Este híbrido sería utilizado durante muchos años en las ciudades

mexicanas a las que llegó el *graffiti* pero con el paso del tiempo perdería la concepción territorial para quedarse con el hacerse ver, el circular por toda la ciudad y aparecer por todos lados²⁵.

Debido al contexto transfronterizo en el que se encontraba tanto Tijuana como San Diego, en el que los jóvenes de Tijuana cruzaban al otro lado para ir a la escuela, es en este lugar donde se mezclan los estilos y comenzaron las disputas para ver quiénes tenían mejor estilo “El vínculo entre Tijuana y San Diego (...) participó en recreaciones, disputas y conflictos entre jóvenes sandieguinos y tijuanaenses” (Valenzuela, 2012: 15).

Al igual que en la ciudad de Nueva York, en Tijuana se creó una unidad especial de policía antigraffiti, apareciendo poco a poco los prejuicios y criminalización hacia los agentes graffiteros. Por esta razón se optó por una producción legal del *graffiti*, pidiendo permisos y organizando eventos pero “A pesar de que las nuevas producciones de graffiti se realizaron sin afán de hacer vandalismo, de cualquier manera sus autores fueron objeto de persecución y censura por parte de grupos civiles y vigilantes” (Valenzuela, 2012: 31). Hoy en día los agentes graffiteros de Tijuana establecen un tipo de *graffiti* híbrido, en el que incursionan en ambas condiciones de producción de *graffiti*, ilegal y legal; adaptándose a los protocolos de detección que las unidades antigraffiti tienen. Los agentes,

Sin embargo, como en toda cultura persisten los valores fundamentales y algunos *taggers* han desarrollado sus propios estilos y participan en la disputa simbólica haciendo bombas y piezas de manera clandestina tal como lo marca el canon inaugurado en Nueva York. Al mismo tiempo, la presión que sienten los nuevos graffitistas por ser aceptados entre los practicantes de la cultura, los empuja hacia la calle y los conmina a tomar de modo furtivo los espacios ciudadanos, ya sea en cuadrilla o en lo individual, haciendo *tags* bombas o pegando calcomanías (Valenzuela, 2012: 31)

²⁵ Esta concepción territorial no se desvanecerá por completo, hoy en día se pueden encontrar ciertas relaciones establecidas en el graffiti ilegal, en las que se observa cómo el aspecto territorial heredado de estos grupos prevalece en los Agentes graffiteros mexicanos.

En esta ciudad también pueden apreciarse las formas de adaptación y de apropiación que los agentes graffiteros hacen frente al control de los espacios públicos, no sólo frente a las instituciones, sino también frente a las bandas.

La forma en la que los graffiteros llevaron su práctica a través de muchas ciudades es un tanto difusa, no se tienen nombres precisos, ni fechas, sólo lugares por los que fueron pasando; en México se tienen nombres, hazañas y fechas, un ejemplo de ellas es el *crew* HEM (Hecho en México) donde uno de sus miembros realiza la hazaña atrevida de plasmar su *tag* y el de su *crew* en la garita de esta ciudad (Valenzuela, 2012). También, ya en Tijuana, se tiene registro del primer tipo de *graffiti* que se desarrolla en México: los *trepes*. Estos “consiste(n) en buscar sitios altos, poco accesibles pero muy visibles...son actos circenses, suertes trapecistas, actos extremos que incluyen escalamiento y descenso (Valenzuela, 2012: 19).

2.2.4 Monterrey

Otra ciudad cercana a la frontera con Estados Unidos que resulta importante en el recorrido que hacen los graffiteros es Monterrey.

La ciudad de Monterrey fue también una hospitalaria receptora de la experiencia grafitera, revirtiéndola inicialmente en tags y caligrafías muy básicas con derivaciones precisas según el colectivo o la pandilla: cácalas, apañes, rayas, entre las que ocupó un lugar especial el *gancho*, consistente en un tag casi siempre de grandes dimensiones, ejecutado de modo que implica un desplazamiento total del autor, un estilo de graffitear que se dice tomó su peculiar fisionomía en México, convertido en sello distintivo del graffiti regiomontano (Arroyo, 2015: 36).

En esta ciudad se ve la segunda propuesta del *graffiti* mexicano, el *gancho* y también se desarrollan estilos diferentes, si bien no tiene una afluencia migrante tan grande como Tijuana, su cercanía con la frontera hace que el *graffiti* se desarrolle y pase a formar parte de la identidad local. Desarrolla sus propios personajes, de los que destacan BUSTER y HOMIE (Arroyo,2012). Pero también

tiene sus recorridos como “MIRROT, un trabajador inmigrante cuyo ciclo vital era Monterrey- San Francisco-Monterrey, del que se dice que fue un graffitero que abandonó el simple *tag* para hacer graffiti con una perspectiva más orientada a lo narrativo (Arroyo, 2015: 36). Este elemento hace pensar en una migración un tanto diferente de la que se vivía en otras ciudades mexicanas, puesto que fue un ciclo periódico de ir y venir.

2.2.5 Guadalajara

La tercera ciudad que tuvo un gran recibimiento de agentes graffiteros es Guadalajara. En esta ciudad se observa un segundo impulso en cuanto a los elementos estéticos que desarrolla el *graffiti*. Al respecto Mendoza Olvera comenta que “es el lugar donde se crea la “old school” (la vieja escuela) de escritores. Guanatos es donde se comienzan a crear los primeros estilos de firmas (Tags) y piezas de graffiti, uno de los primeros *crew* fue el CHKC (Cops Hate the Kids)” (2011: 84). Por otra parte, Guadalajara se presenta como un punto intermedio entre la ciudad de México y Tijuana, un lugar de descanso, también se presentó como una ciudad económicamente atractiva para los migrantes y algunos decidieron quedarse aquí

Como se ha advertido, sin aceptar que existe un único y exclusivo itinerario para el graffiti en México, es posible afirmar que hubo una ruta dominante: Los Ángeles-San Diego-Tijuana-Guadalajara. Rápidamente, el graffiti viajó del suroeste del Estado Unidos y Tijuana a Guadalajara- la ciudad más poblada y económicamente activa de la zona centro occidental de México-. siguiendo el flujo masivo y continuo de los inmigrantes. Si apelamos a la leyenda (a veces hay que hacerlo), se dice que esa fue la segunda ciudad del país en la que aparecieron los grafitis (Arroyo, 2015: 32).

En Guadalajara los agentes graffiteros comenzaron a transgredir y apropiarse de las calles desde la década de los ochenta, más específicamente en la segunda mitad, pero hasta la mitad de la década de los noventa se dio un *boom* muy importante y los *crews* y los agentes experimentaron una mayor diversificación:

En Guadalajara había varios crews de diferentes zonas de la ciudad; yo recuerdo crews como los SKTX (Skatiks), los OFA (Only Fan Art), AFC (Arte Fino Calle), los NWO (New World Orser), LSO (Locos Sin Orden/ Latin Street Owners), todos de diferentes colonias, los POW (Painting Other Worlds), los DLS (Decorando La Ciudad)..., no sé, muchos crews que salieron en esos mismos años. A mí se me haría muy difícil decirte que nosotros fuimos los primeros o que ellos fueron los primeros, porque en realidad en el mismo momento todos los crews salieron a pintar. A mí lo que me tocó ver, antes de que yo empezara a pintar ya tal cual en el 95, fueron grafiti más elaborados; era lo que a mí más me latía, pues..., ver piezas como del JOSEP o del JOKER, unas piezas de los AC o del mismo crew al que yo pertencí varios años, FSND; tenían varias piezas ya coloreadas por avenidas importantes aquí en Guadalajara, y tags, porque la verdad Guadalajara, ya que la mayoría de los crews se dedicaban solamente a rayar, a rayar y a poner tags, y de esos crews sí había uno, dos o tres integrantes que hacían piezas ya más elaboradas, con color y todo el pedo. A mí la verdad me llamaba más la atención hacer eso que hacer solamente tags. Pero sí reconozco que era una ciudad con muy buena calidad para eso (Entrevista a RETÉN. Recuperada de Arroyo, 2015: 288).

Esta ciudad tuvo gran importancia por el desarrollo estilístico que aportó al *graffiti* debido a la diversificación y la fácil conexión que tenía con otras ciudades, en palabras de PEQUE: “Guadalajara fue conocida por sus caligrafías. Los escritores competían por los estilos, los muros más difíciles y llegó a ser una de las ciudades más conocidas por su estilo de escritura con *flares* o líneas explotadas” (Entrevista a PEQUE. Recuperada de Arroyo, 2015: 262). De esta forma, el *graffiti* que llega a Guadalajara es ese híbrido en el que se combina el placazo cholo y el *tag* neoyorkino, combinándolo con las estéticas locales más orientadas al estilo punk y el uso del aerosol que se le daba desde esta cultura. Durante la segunda mitad de la década de los ochenta y principios de los noventa los agentes graffiteros comenzaron a salir a las calles y apropiarse del espacio público, de igual forma que en Tijuana, en un principio el resguardo vecinal: el barrio o la colonia, propicia un ambiente de *graffiti* territorial, en el que se desarrollan la mayoría de estilos y poco a poco comienza a optarse por una práctica más orientada al hacerse ver en toda

la ciudad (Arroyo, 2015). En el siguiente fragmento se puede observar cómo el “placazo cholo” ya era una práctica común.

Cuando yo lo vi por primera vez el grafiti fue el estilo cholo, cuando estaba en secundaria. Fue el barrio donde crecí cuando tenía de 12 a 13 años de edad. Después el grafiti como lo conocíamos (de más caligrafías) apareció en un reportaje de un programa latino que se hacía en Estados Unidos, pero que se transmitió en Guadalajara... creo que se llamaba *Ocurrió Así* en el 92 (Entrevista a PEQUE. Recuperada de Arroyo, 2015: 262).

Se observa también la forma en que poco a poco se fue introduciendo el *graffiti* de escritores debido a las relaciones transfronterizas que se tenían, en este fragmento debido a la señal de televisión, pero también por los migrantes que transitaban por Guadalajara

Esta situación de punto intermedio entre estos dos nodos, Ciudad de México y Tijuana, fue en un principio más cercano a la ciudad del norte, por lo cual los estilos estuvieron fluyendo continuamente; retomando lo descrito sobre Tijuana, en donde la relación transfronteriza con San Diego contribuyó enormemente al desarrollo de la agencia graffitera en esta zona, podría sumarse a esta relación Guadalajara, ya que la situación barrial de esta ciudad contribuyó a el desarrollo de la agencia.

El grafiti tuvo en Guadalajara un hondo impacto, sobre todo en los sectores peregrinos y en las barriadas, siendo objeto de una producción acelerada. la intensa relación de esta ciudad con el gabacho y el umbral migratorio en que se convirtió Tijuana, son aspectos que permiten pensar en una transmisión ininterrumpida de diseños y tendencias, haciendo énfasis en la elaboración del tag como la categoría básica que dominó la época inicial de lo que sería después una gran escalada (Arroyo, 2015: 33).

La cantidad de jóvenes que se ven atraídos por esta práctica se refleja en las paredes de la ciudad; en esta ciudad también empezaron las respuestas por parte de las autoridades y la violencia desatada por parte de la policía (Arroyo, 2015). Los

jóvenes de Guadalajara comenzaron a crear vínculos con otras ciudades, para la presente investigación interesa especialmente debido a que durante la década de los noventa la conexión con el municipio de Nezahualcóyotl fue muy importante para el desarrollo y la transformación de la agencia, a través de esta conexión circularon diferentes materiales, saberes y se establecieron relaciones (Arroyo, 2015).

Pero tiene un nexo importante con el *graffiti* de la zona centro del país, en específico con la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM) ya que un graffitero de esta zona viajaba continuamente a Guadalajara y empezó a generar una especie de ruta comercial de técnicas y elementos que utilizaban los graffiteros de Guadalajara y a los que tenían acceso por los flujos migrantes pero que no existían en la ZMVM: “En aquel entonces el FLY era el que nos vendía las válvulas, los plumones y el SKETCH ya llevaba un montón de años en esta onda porque iba mucho a Guadalajara” (Entrevista a KILLER. Recuperada de Cruz, 2010:10). En este fragmento se puede observar que no sólo las técnicas y elementos estaban en ese constante vaivén, similar a lo que sucedió en Tijuana, los materiales también recorrieron esta ruta comercial.

2.2.6 Neza York

Después de un largo recorrido llegan al punto de interés para la presente investigación, al lugar donde la población fue receptora de diferentes prejuicios debido a las condiciones en las que se fue poblando, lugar que experimentó un cambio importante primero por el constante flujo de migrantes, el constante flujo de remesas y el retorno de muchos de esos migrantes. En este apartado se describe de forma rápida esa llegada pero es en el siguiente donde se describen de forma más detallada esas condiciones del lugar y en el siguiente capítulo se habla sobre cómo los agentes graffiteros configuraron su práctica, muchas veces desde la experiencia de habitar la periferia; por lo pronto se retoman las citas ya mencionadas sobre el *graffiti* en el municipio:

Pero fue en ciudad Nezahualcóyotl (o Neza York como se le conoce popularmente) donde- mientras el boom de la banda estaba en su apogeo- surgió la visión local del graffiti, influido por el muralismo urbano que ahí tiene tradición (Ortiz, 2006: 24)

Por supuesto que es en la periferia de la ciudad, es decir, en la zona conurbada del Estado de México... donde empieza a gestarse la semiosfera de los escritores de graffiti de la Ciudad de México... principalmente en Nezahualcóyotl, fue en donde comenzó la asimilación... Mediante la dinámica migratoria de la población de un gran número de municipios del Estado de México hacia las distintas ciudades de los Estados Unidos, se produjo un flujo cultural que facilitó las condiciones para que las culturas como la de los cholos y la de los escritores pudieran desarrollarse plenamente en la Ciudad de México (Pedroza, 2010: 133).

(...) algunos escritores mencionan que el graffiti llegó a mediados de los años 80's por ciudad Nezahualcóyotl (ciudad Neza o Neza York) ubicado en el Estado de México. Ciudad Neza, geográficamente es la zona conurbada de la Ciudad de México y hace frontera con una de las delegaciones políticas que se llama Iztapalapa, la cual fue creciendo y se fue habitando por distintas familias que provenían del centro de la ciudad y por otra parte de los estados del interior del país como Puebla, Hidalgo y Tlaxcala, que se fueron asentando entre Nezahualcóyotl y el DF. Cabe resaltar que... se dice que Neza es la cuna del graffiti (Mendoza, 2010: 84).

En lo que alguna vez se denominó la periferia metropolitana, Ciudad Nezahualcóyotl no solo fue uno de los territorios proclives al *graffiti* sino que, al paso de los años se convirtió en la zona con mayor tradición *grafitera* del universo metropolitano (Arroyo, 2015: 37)

Cabe señalar que si bien en muchas más investigaciones se nombra el municipio de Nezahualcóyotl como un punto importante de llegada del *graffiti*, en casi todas se le ubica como un punto de paso, un punto en el que llega y de una página a otra, de un párrafo a otro se encuentra en la ahora Ciudad de México, y poco se habla de los agentes que estuvieron alrededor, de los que estaban en la periferia y se centran en los grandes nombres, si bien son parte importante para construir esta investigación el punto es ahondar más en la forma en que se

desarrollaron los graffiteros, y con ellos su agencia, durante estos años en los que llega el graffiti.

Como se mencionó en el párrafo inicial de este apartado, *Neza York* comparte con Nueva York un contexto de migración muy importante para el desarrollo de la ciudad.

2.3 Breve historia del municipio de Nezahualcóyotl.

Durante el periodo conocido como el milagro mexicano comenzó una gran migración hacia lo que hoy en día es la Ciudad de México, puesto que la ciudad ofrecía comodidades e ingresos que el campo no tenía, pero los altos costos de servicios y de renta obligaron, tanto a los recién llegados como a las personas con menos recursos de la ciudad, a buscar opciones más baratas, lo que hizo centrar su mirada en un enorme trozo de lago obligado a disecar y con el suelo blancuzco debido a las cualidades salinas de este; es así como aparecen las primeras casas en esta zona ubicada al oriente de la ciudad. “Llegaron con familias enteras de Oaxaca, Michoacán, Jalisco, del mismo Estado de México, atraídos por la transparente región en la que todos se esperanzaban, iniciaba el éxodo inagotable” (Díaz, 2017)

Aprovechándose de la situación, las personas vendían y revendían en cantidades muy baratas los terrenos provocando que la gente tomara otros terrenos a la fuerza en el mejor de los casos, en el peor de ellos había violencia pero aun así la gente se quedaba “(...) las luchas de los vecinos contra los abusos de los fraccionadores, quienes revendían los lotes, dificultaban el día a día en la recién emergida comunidad” (Pérez, 2019). Se comenzó a construir una ciudad poco a poco, los primeros grupos de casas se veían surgir durante el día y durante la noche desaparecían debido a la falta de luz eléctrica.

Conforme llegaron más personas las necesidades comenzaron a acentuarse, la falta de servicios se hizo más evidente y la gente comenzó a organizarse para tener un poco de lo que la vida moderna de la ciudad había prometido “En estas

zonas, los nuevos pobladores trazaron calles, construyeron casas, hicieron labores para introducir drenaje, entre otras acciones” (Besserer & Oliver, 2014: 30). “Además, la marginalidad en la que se vivía con respecto a la falta de acondicionamiento urbano, obligó que fueran los miembros de la población quienes ayudaron con la construcción” (Pérez, 2019) Los trabajos empezaron y la ciudad no paró de crecer, aun cuando no se le había dado nombre, ni identidad, “(...) La erección oficial de Ciudad Nezahualcóyotl fue en 1963, poco más de 20 años después de que la gente comenzara a migrar allí. Después de su nombramiento comenzaron las obras para mejorar el aspecto del municipio. Pero siguen siendo las mismas personas quienes salvan a Neza de todas las carencias que todavía sufre” (Cera, 2018)

Hasta este año se nombraría a este desierto de sal como Nezahualcóyotl teniendo más de treinta y tres colonias y arriba de cuarenta mil habitantes, la gente no paró de llegar, a pesar de que los precios de terrenos habían empezado a subir se mantenían accesibles para la población que seguía llegando al recién creado municipio.

Debido a la alta marginalidad que experimentaba la población, el nulo acceso a servicios y falta de empleos, desde sus inicios el municipio siempre tuvo una gran afluencia de jóvenes en las calles. Comenzaron a organizarse en pequeños grupos y salieron a recorrer el municipio, a enfrentarse algunas veces, a encontrarse algunas otras pero siempre en grupo, se convertía en una segunda familia. Las agrupaciones de jóvenes en las calles comienzan a dar de qué hablar en los medios de comunicación: “[Nezahualcóyotl] Durante años cargó con el estigma y la mala fama de una ciudad peligrosa, concepción que estuvo presente en la prensa nacional y provocaba justificada indignación de sus habitantes” (Colín y Villa, 2019). No es que fuera totalmente seguro andar por las calles del municipio, sino que se creaba una imagen muy exagerada de lo que se vivía realmente. Si bien existían estas bandas de jóvenes que recorrían las calles, no buscaban despojar a la gente que estaba a su alrededor de su trabajo, sabían que eran vecinos y que estaban sumergidos en el mismo contexto pero a la vez estaban en la búsqueda de experiencias lo que hacía ver sus actos como algo delictivo, fuera de lo normal.

La población que durante todos estos años ha llegado a Nezahualcóyotl son personas que “se ancla(n) en los márgenes urbanos de la megalópolis, donde construye una infraestructura mínima para la supervivencia (...) se sitúan en espacios marginales urbanos que al mismo tiempo que les proveen de una defensa ante su situación “irregular”, les sitúa al margen de servicios y trabajos regulares (Besserer y Oliver, 2015: 35). Esto aplica tanto para Neza York como para Nueva York y las demás ciudades a las que llegan.

Ya iniciada la década de los setenta, la necesidad de algo diferente y algo más constante hizo que muchos jóvenes de Neza salieran de su territorio en busca del tan famoso sueño americano. Poco a poco se fueron creando redes de apoyo para estos viajes, que muchas veces duraban hasta meses, redes en las cuales se pudiera confiar en este tan dudoso viaje y sin saber qué se obtendría al final. Estas redes llegaron a desarrollarse tanto que incluso si alguien moría en el camino se apoyaban para que el cuerpo de la persona pudiera regresar (Besserer y Oliver, 2014). Las principales ciudades a las que se dirigían las personas eran Los Ángeles, Nueva York y Houston, dos de estas tres ciudades ya se han nombrado en páginas anteriores por su importancia en el viaje de los agentes graffiteros y la práctica que desarrollaron en ellas, elemento que influenció mucho cuando algunos de estos migrantes provenientes de Nezahualcóyotl regresaron. Pero los recorridos apenas empiezan poco a poco las bandas se van separando, un día se va uno con tal grupo -que no banda- para cruzar, al otro día se van dos, los que se quedan solo ven como poco a poco las calles van quedando vacías, ven como las casas se quedan con un hueco. Algunas veces reciben noticias de que ya llegaron, otras de que se quedaron en alguna ciudad del norte, otras veces reciben la invitación: “hay más trabajo, se gana bien, hay más vida nocturna, hay casa”; lo mismo ocurre la invitación para un amigo que para una pareja y se agrega: “traete a Juanito y acá que estudie mientras trabajamos”, los mensajes son muchos, las propuestas son variadas. Y algunos mensajes no son tan alentadores, más bien duelen: se quedó, lo mataron, lo mordió algo en el desierto, se ahogó, lo agarró la migra.

Los apoyos en *el otro lado* no hacen más que intensificarse y en algunas casas llegan a entrar varios por algún tiempo, se quedan consiguen o les consiguen

trabajo y buscar un lugar para estar. Siguen rodeados de la *banda* de Neza, puede que fueran de la misma calle o no, de la misma colonia, que fueran a una de las pocas escuelas juntos o no, pero se encuentran allá. Siguen apoyando lo que se quedó en Neza, las remesas aparecen y las casas crecen, se hacen mejoras a los servicios, se emprende, toma un impulso y comienza a crecer.

A pesar de que mucha gente se fue, las personas no paran de llegar y las familias no dejan de crecer. Comienzan a apretujarse en las casas, dos, tres familias viven en la misma casa y hacen su lucha para quedarse, pero también para poder salir. Al mismo tiempo que la gente comienza a regresar de su largo éxodo.

Los nexos con las ciudades estadounidenses empiezan a hacerse muy grandes al punto de que esa ciudad ubicada al oriente, donde en temporadas de calor tiene un nombre y en temporadas de lluvias tiene otro, pasa a convertirse en una suerte de punto cosmopolita por su nuevo apodo Neza York. Son tantos los nexos que incluso la gente de Nueva York comienza a establecer un parecido (Matloff, 2014). Lo que se hace en una ciudad comienza a fusionarse con lo que se hace en otra. En este caso, el *graffiti* territorial de los chavos banda, de los Mierdas Punks comienza a convertirse poco a poco en un *graffiti* de escritores, los valores estéticos empiezan a modificarse y nuevas bandas comienzan a aparecer, se lucha por el territorio desde las paredes y desde la habilidad para controlar la lata (*can control*²⁶). Los jóvenes retoman la calle, la resignifican, dan ese cambio generacional y ocupan, recorren, se apropian y disputan la calle de otra forma.

A su regreso traen mucho con ellos, ideas para negocios, ganas de regresar, ganas de quedarse, historias de lo que hay allá y de lo que les faltó de acá. Entre las cosas que traen, en forma de “contrabando hormiga” (Valenzuela, 2012: 29) vienen las historias de los vagones del metro completamente tapizados de apodos (*tags*), de gente que plasma ideas de cómics y caricaturas en las paredes o en cualquier superficie, de trenes de carga que viajan con la firma de algún *vato* de un lado a otro del país. Salen a las calles a hacer eso que han aprendido, a encontrarse con lo que aquí se ha aprendido y comienza a gestarse una expresión que encaja casi a la perfección con el municipio, el *graffiti* de escritores (Pedroza, 2010) aparece

²⁶ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *can control*.

en *Neza York*. Al igual que la población, no va a parar de llegar, ni de crecer y la competencia por las paredes será demasiada que hasta los edificios gubernamentales serán en primera estancia víctimas de este crecimiento, pero después espacios dados para la creación y recreación de los agentes graffiteros y del espacio público.

En este capítulo se observó como el *graffiti* tiene diferentes vertientes; la primera que se abordó fue la reivindicativa, la cual ha acompañado los movimientos sociales, políticos y estudiantiles para hacer visible las consignas que se lanzaban, haciéndose visibles en el espacio público y utilizándolo como un espacio de encuentro y de diálogo, desplegando una serie de relaciones que satisfacían las necesidades, motivaciones e intenciones de los Agentes reunidos ahí. No solo durante la década de los sesenta, en el siguiente capítulo se describe cómo este *graffiti* reivindicativo fue parte importante para la configuración de la agencia durante la década de los noventa, e incluso hoy en día se sigue viendo cómo el *graffiti* sigue acompañando a los movimientos sociales, dejando las consignas a su paso, haciendo presente y actualizando este *graffiti*.

Por otro lado, también se detalló el nacimiento del *graffiti* de escritores en Nueva York y cómo los agentes lo llevaron por diferentes ciudades hacia la frontera. Este *graffiti* estaba caracterizado por apropiarse de los espacios públicos y hacer circular los índices en medios de transporte en las ciudades. Generó una forma específica de recorrer las ciudades y de ver los espacios que podrían intervenir, una forma específica de relacionarse con otros agentes, graffiteros o no, siempre teniendo en cuenta la aparición, el hacerse ver en las ciudades.

Cuando el *graffiti* de escritores se encuentra con el *graffiti* territorial o placazo se crea un importante choque, se combinan ambas formas de estar en el espacio público y ambas formas de intervenir/transgredir el espacio público. Las bandas de cholos son los espacios donde surgen los primeros escritores, pero estos rápidamente prescinden del cobijo del barrio y salen a bombardear la ciudad. Así va viajando esta nueva forma de *graffiti*, una combinada, mezclada, una forma de expresión al alcance de las personas, pero a la vez transclasista. Viaja el *graffiti*, ya combinado, con elementos mexicanos.

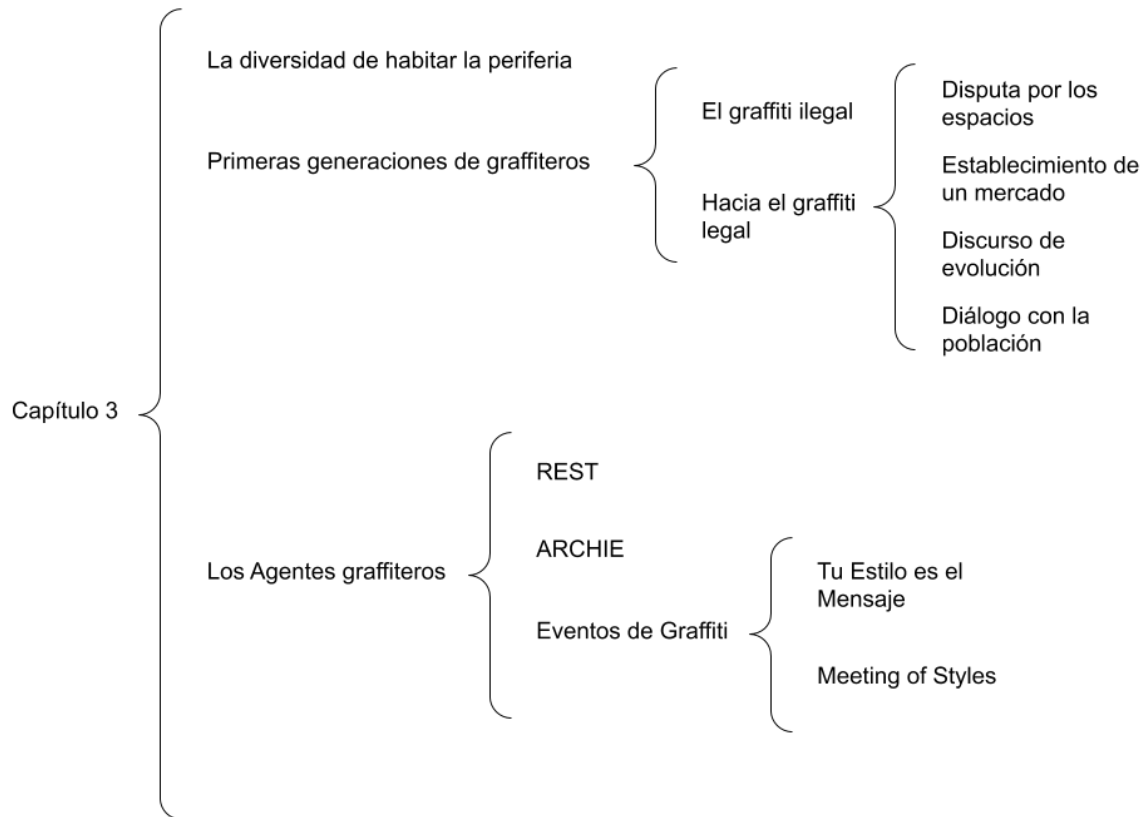
La forma en que el *graffiti* fue transformando las relaciones entre Agentes graffiteros y la forma en que se relacionaban con el entorno, las instituciones y el espacio serán abordados en el siguiente capítulo, razón por la cual este capítulo solo se limitó a ofrecer una breve historia sobre los orígenes del municipio, un municipio construido enteramente por agentes, creando un índice, haciendo satisfacer algunas necesidades primarias y luchando a la vez por otras, la agencia pues, transformó un lago desecado en una ciudad.

Capítulo 3: Cambios, configuraciones y transformaciones en los Agentes Graffiteros.

En el presente capítulo se describen las diferentes etapas que han transformado y configurado la agencia de los agentes graffiteros en el municipio de Nezahualcóyotl, de igual forma se detalla el contexto en el que surgen estas transformaciones y también los elementos que se mantienen de las diferentes categorías de *graffiti* - territorial, de escritores, reivindicativo- en los agentes, creando una forma específica de *graffiti* tanto en el aspecto estético como en el aspecto social, que pone en movimiento las intenciones, motivaciones, transformaciones y acciones de los agentes a nuevos aspectos y a explorar nuevos lugares que conforman hoy en día su agencia, tanto en las condiciones legales como en las ilegales. Otro aspecto que se detalla es la forma en que la politización de la población juvenil influyó en la transformación de la agencia desde las instituciones y se menciona la movilidad²⁷ como un elemento constante en esta transformación, debido a los constantes viajes de los agentes graffiteros a diferentes ciudades de la república mexicana y a otros países. De igual forma, esta movilidad ayuda a crear conexiones con otras partes de la Zona Metropolitana del Valle de México. Por último, se presentan las experiencias de campo que fueron importantes para el desarrollo de esta investigación: dos eventos de graffiti y la oportunidad de hacer recorridos y entrevistas con dos agentes graffiteros, uno que realiza *graffiti* legal y otro que hace *graffiti* ilegal, colaborando con información importante para entender el contexto actual de los agentes en Nezahualcóyotl. Mientras que los eventos permitieron ver cómo se crea un sentido grupal de agencia en un contexto específico, haciendo un punto de reunión efímero pero importante, pudiendo observar las diferentes

²⁷ Entendida como práctica, un constante ir y venir en diferentes niveles: local, nacional y transnacional.

relaciones que tienen los Agentes, tanto entre ellos mismos como a través de sus índices. El capítulo se distribuye de la siguiente manera:



Cuadro 4. Resumen de capítulo 3. Jorge Oropeza.

3.1 La diversidad de habitar la periferia

Como se mencionó en el capítulo anterior, en el municipio de Nezahualcóyotl, la población es proveniente de distintas partes del país, población que buscaba un mínimo de supervivencia (Besserer y Oliver, 2015) y poder crear un pequeño legado para sus descendientes; venían tanto de contextos rurales como de otras ciudades y, como ya se vio, también de regreso, dándose así una especie de movilidad

poblacional y cultural, seguía viajando a sus lugares de origen, seguía llegando gente al municipio, la gente constantemente dejaba el municipio y algunas veces regresaba o establecía un vínculo a distancia, desde el lugar al que hubiera llegado.

El municipio fue construido a partir de toda esta masa poblacional y poco a poco se empezaron a hacer visibles algunas prácticas culturales, las tradiciones fueron acopladas a las nuevas dinámicas urbanas. El espacio se caracterizó por la falta de planeación, todo estaba destinado a la vivienda y poco se planearon las áreas de recreación, se establecieron algunas prácticas deportivas como la tauromaquia en la Plaza de Toros La Aurora siendo utilizado como una estrategia de mercado; por otro lado, la identidad del municipio se reforzó con el equipo de fútbol Coyotes F.C. que posteriormente se convertiría en el Toros Neza. Los jóvenes, por otra parte, eran blanco de prejuicios debido a su condición, sin escuelas a las que asistir, sin trabajo, lo único que quedaba era recorrer las calles una y otra vez, establecer territorios y marcarlos, así se inicia el *graffiti* territorial en Nezahualcóyotl. Las bandas de jóvenes empezaron a plasmar su nombre, dentro de las más famosas del municipio se encontraban *Los Mierdas Punk*, que en sus recorridos por el municipio y por la ahora Ciudad de México dejaban marca de ellos.

El fenómeno migrante fue de gran importancia para el *graffiti* en el municipio ya que, mientras que los migrantes estaban viajando hacia el norte, el *graffiti* de escritores venía en dirección contraria, combinando elementos locales de las ciudades por las que los graffiteros transitaban; como se mencionó, en algunas ciudades ya se utilizaban las paredes como medio de circulación de un tipo diferente de *graffiti* al de los escritores, del proveniente de Nueva York; este era el *graffiti* utilizado por los cholos, el placazo, el *graffiti* territorial, con el paso de los años estos dos se combinaron en cuanto a estética, técnicas y estilos pero prevaleció el aspecto social del *graffiti* de escritores, siempre buscando ese hacerse ver en las ciudades y dejando fuera el cobijo del barrio, la colonia, la calle de procedencia (Castleman, 2012; Valenzuela, 2012, Arroyo, 2015). De esta forma, mientras los agentes graffiteros se apropiaban de las ciudades más allá de su barrio, los migrantes iban estableciendo una relación de pacientes con este *graffiti*, el artista-agente graffitero, crea índices-graffiti y los pacientes serán estos migrantes.

Generando ciertas afinidades con el *graffiti* mexicano y también repulsiones frente a este, el siguiente fragmento tomado de la entrevista realizada a REST ilustra lo dicho:

(...) pues estos personajes optaron por salir del municipio y optar por tener una vida en los Estados Unidos, chavos que llegan a los Estados Unidos en los setentas cuando tenían 15, 17 años y allí ya empezaron a generar una vida no. Regresan de Estados Unidos con esta nueva forma de ver la vida y regresan a Neza pero ya con otras cosas en su cabecita no y empiezan a ver... y en Estados Unidos se empieza a ver, sobre todo en la frontera, en la parte sur, toda esa parte, el movimiento chicano, el movimiento de orgullo hacia lo mexicano, entonces estos chavos que llegan de Neza empiezan a permearse con todo ese movimiento. Entonces ya llegan a Neza con otra visión, con otras formas de ver la vida y con esta idea de la mexicanidad, y empiezan a plasmarla a través de los muros no. Y entonces, te digo, es una conexión entre Neza y Los Ángeles o Neza y Nueva York, sobre todo en el sur de Estados Unidos donde empieza a germinar todos estos movimientos chicanos, movimientos nacionalistas y empiezan a tener mucho apoyo, muchos chavos de Neza van a Estados Unidos regresan ya teniendo como una, conocimiento de lo que se está viendo allá y empiezan también a reproducir (Entrevista a REST, Junio 2018).

Se observa un aspecto importante tanto en este fragmento de entrevista como en trabajos revisados (Mendoza, 2011; Valenzuela, 2012; Arroyo, 2015) y es que esta migración no solo era un único viaje, sino que constantemente existe esta movilidad, no solo se llega a Nezahualcóyotl y se mantienen en el municipio, no solo se van a perseguir el sueño americano, constantemente están viajando, trayendo nuevas herramientas y nuevos estilos, haciendo que esta diversidad de habitar la periferia se enriquezca y tome muchos elementos culturales de toda la república mexicana.

Dentro de estas movilidades, no solo poblacionales sino también culturales, que predominaron en el municipio, el *graffiti* tuvo un papel visible; como se mencionó, existen diferentes conceptualizaciones de *graffiti* y algunas de ellas ya se hacían en México, otras no, principalmente se hacía *graffiti* territorial y reivindicativo, mientras que el *graffiti* de escritores, originado en Nueva York, aún estaba en camino. Durante la década de los años ochenta son famosas las pintas

de los chavos banda y los punks, quienes utilizaron el *graffiti* territorial para delimitar los espacios que habían sido apropiados; esto en similitud con otras ciudades mexicanas en las que el *graffiti* territorial ya era utilizado por bandas de cholos, mientras que el *graffiti* contestatario tuvo un papel importante durante los años sesenta. Pero en el municipio existió una práctica similar de utilizar las paredes para producir y hacer circular mensajes dirigidos tanto a las autoridades como a los habitantes, al respecto REST comenta que:

Neza al ser una ciudad tan nueva y tener tantas necesidades de estar pidiendo los medios para tener una vida digna, esto son: drenaje, luz, agua potable, todo eso. Pues las personas que estaban aquí en Neza, los primeros habitantes, se empezaron a organizar y a salir a la calle a pedir a las autoridades las mejoras para las condiciones de vivienda y en ese proceso el chapopote tuvo una función primordial, en qué sentido: que las señoras y señores salían a pintar con su chapopote(Entrevista a REST, Junio 2018).

Si bien REST afirma que ésta puede, o no, ser una influencia del *graffiti* de escritores si se puede observar cómo, el utilizar las paredes como medios expresivos, ha sido importante en la consolidación del municipio y en las luchas de los colonos para tener acceso a servicios básicos. Este *graffiti* reivindicativo junto con el *graffiti* territorial estaban circulando en las paredes y en diferentes medios de transporte público durante los años ochenta y de alguna forma están ahí como antecedente de lo que se daría en la siguiente década.

Todos estos elementos crean un contexto de diversidad cultural y las mezclas de orígenes hacen que las tradiciones se fusionen, que algunas se (re)acoplen, se (re)configuren y que otras desaparezcan, pero el agente graffitero ve una posibilidad de utilizar todos esos contextos culturales para plasmarlos en las paredes y entonces los motivos indígenas se fusionan con las carencias de Neza, al respecto HUMO menciona que

Porque va desde eso hasta empezar a promover de manera sutil el orgullo, no el patriotismo, pero sí el que estés orgulloso de ser lo que eres. Entonces yo en mis dibujos empezaba a meter cuestiones prehispánicas, empiezo a hacer una

reinterpretación de lo que ya está hecho y de la cosmogonía indígena, pero como yo lo puedo representar, en mi manera de dibujar, va a lo estético, ¿no? Entonces ya empiezo a meter la cuestión de las raíces y del orgullo mexicano (Entrevista a HUMO recuperada de Arroyo, 2015: 129)

Todos los elementos reinterpretados y acoplados a la estética del *graffiti* van a transformar poco a poco ese *graffiti* con tendencias de Nueva York y se va a crear una estética mexicana que, como ha sido mencionado, no solo va a tener estos elementos, sino que recupera el placazo y lo hace parte de los índices que son creados. Recuperando la propuesta analítica de Alfred Gell, estos elementos se pueden entender como prototipos²⁸ usados en los índices, elementos simbólicos y elementos recuperados el imaginario colectivo, llegando incluso a integrar elementos relacionados con las culturas musicales en las que el *graffiti* se fue gestando, el prototipo se vuelve así un elemento importante a la hora de realizar piezas y *character*²⁹, todos estos prototipos fueron “adoptado[s] para referirse genéricamente a uno o más elementos figurativos (personajes de cómics, íconos autores, etc.) del grafiti” (Arroyo, 2015: 323), así se ve la importancia que toman los prototipos. Otro elemento que se puede observar es la recuperación y apropiación de personajes de cómics, los agentes graffiteros hacen uso de estos en los índices y los presentan de manera diferente, creando re-interpretaciones de los personajes que aparecen en cómics; son tan importantes que incluso fueron retomados para crear el tag de algunos, como el caso de ARCHIE, quien hace alusión al personaje de cómics.

Estos elementos se fusionan con lo descrito en Estados Unidos, al menos durante la década de los años noventa, cuando se da el *boom* del *graffiti* (Pedroza, 2010). Pero los *tags* y las *bombas* siguen allí, no han desaparecido y no van a desaparecer, esos estilos también empiezan a diversificarse en cuanto a técnica y estilo, en cuanto a originalidad. Las luchas por los tags empiezan y si un *tag* se

²⁸ “Representación derivada de la producción y circulación... Identidad que representa un índice” (Gell, 2016: 61). Ver apartado 1.1.1.5.

²⁹ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *character*.

parece a otro tiene que haber un *tiro*³⁰ (Valenzuela, 2012) para preservar o para cambiar el tag y, por ende, la agencia. Los materiales también empiezan a diversificarse, se experimenta con todo lo que esté al alcance: aerosoles, válvulas de perfumes, se voltea y se acomoda la lata, se experimenta con formas de combinar los colores de las latas para obtener el color deseado y por supuesto que nunca se tira una lata, puede ser rellenada con otro tipo de pintura; los marcadores también comienzan a diversificarse, se buscan de diferentes materiales y que la línea sea de diferentes grosores. En fin, la capacidad creativa de los agentes graffiteros se vio influenciada por toda esa diversidad cultural que estaba poblando el municipio.³¹

3.2 Primeras generaciones de graffiteros en Nezahualcóyotl

En este municipio se tienen antecedentes de que ya era utilizado el *graffiti* solo que de forma totalmente diferente (Pedroza, 2016) era usado como componente del territorio que tenían las bandas, a diferencia de las ciudades del norte del país, en *Neza York* se fusionó con el Punk y el Rock Urbano, después con otros estilos musicales que nada tenían que ver con el que había estado alrededor del *graffiti* desde su nacimiento y que incluso mucha gente sigue pensando como esencial en el contexto mexicano. Es fácil ver en fotografías de la década de los años ochenta los *graffitis* territoriales y reivindicativos a los que se hace alusión, las palabras Mierdas Punk, No hay futuro, Sex Pistols y otros fueron las primeras en tapizar la

³⁰ Duelo por el *tag*

³¹ En diversas fuentes bibliográficas se puede ver cómo, independientemente del lugar en el que se centre la investigación, los agentes graffiteros experimentan con las herramientas que tienen a la mano para crear diferentes estilos, obviamente los agentes de Nezahualcóyotl no se quedaron atrás, de igual forma crearon diferentes herramientas e intercambiaron sus conocimientos en torno a la práctica que se estaba gestando. por estas razones las herramientas son parte importante del desarrollo de la agencia.

ciudad, este elemento serviría más adelante como una fuente de inspiración para plasmar temáticas relacionadas con la decadencia y la frustración en la que vivían los Agentes graffiteros durante estos años, incluso lo grotesco de la sociedad sería plasmado en las paredes de la ciudad.

Al igual que en otras ciudades mexicanas al principio se vieron encontradas estas dos formas de hacer *graffiti*, fusionándose en un principio y después tomando cada una su rumbo, aunque hoy en día la función territorial del *graffiti* ya no está tan presente como durante las últimas décadas del siglo pasado.

Poco a poco aparecieron los primeros agentes graffiteros de Neza, en el apartado referente a Guadalajara se habló de FLY y de SKETCH quienes ya llevaban un tiempo improvisando con las latas, al mismo tiempo aparece HUMO quien, si bien tenía otro *tag* ya había incursionado en el mundo del *graffiti*, no se niega que con ellos muchos otros jóvenes hayan estado invadiendo las calles. Es durante la década de los años ochenta que los agentes graffiteros van a comenzar a recorrer las calles, los siguientes fragmentos sirven de argumento: “Yo cuando era niño, en los ochenta...Conocía el grafiti territorial, de pandillas, pero el grafiti que era artístico me llamó la atención. Hasta que conocí a SKETCH, Pepe. Él había hecho un grafiti en su bicicleta” (Entrevista a SCAPE. Recuperada de Arroyo, 2015: 62). Otro argumento lo proporciona KUBO “A mediados de los ochenta fueron puros putazos para los graffiteros, con lo que cayera” (Entrevista a KUBO. Recuperada de Arroyo, 2015: 171). Y por último está Sr. NIUK quien menciona que

Los graffiteros de la Ciudad de México me otorgan un derecho moral, ya que si no fui el primero, fui uno de los primeros graffiteros. Comencé en 1985, aunque el movimiento del grafiti tomó forma hasta 1993 o 1994, cuando yo ya tenía un largo trecho recorrido. El problema de esto es que cuando el movimiento estalló adoptaron estilos que yo ya había explorado antes (Entrevista a SR. NIUK. Recuperada de Arroyo, 2015: 292).

Otro argumento encontrado es proporcionado por Marco Tulio Pedroza Amarillas quien encuentra datos sobre el desarrollo del *graffiti* desde la década de los ochenta, principalmente hacia el final de la década:

Aunque la semiósfera de los *escritores* de *graffiti* de la ciudad de México empezó a desarrollarse, durante la década de 1990, hemos encontrado datos que apuntan al año 1987, como el año en que los escritores “KOKA” y “AZTEK” formaron el crew “LEP” en la delegación Iztapalapa..., y en el año 1988, como el año de formación de otro de los afamados *crews* de Ciudad Nezahualcóyotl, el *crew* “PEC” (2011: 134).

Así, se puede observar que este movimiento, esta forma de expresión y de apropiarse del espacio público, así como esta forma específica de hacer *graffiti* en donde se fusiona el estilo de escritores, el territorial y el reivindicativo, este fenómeno surge en la década de los ochenta, aunque existe una diversificación más importante en la década de los noventa (Pedroza, 2010; Mendoza, 2011).

3.2.1 El *graffiti* ilegal.

Es durante esta década, la de los ochenta, que a través de algunas películas estadounidenses como *Beat Street* y *The Warriors* los jóvenes vieron que se podía crear una forma diferente de hacer *graffiti* (Arroyo, 2015). Si bien “se comienza a haber la onda esta de salir a pintar a las calles y bueno, teniendo personajes como el FLY o como SKETCH que también en ese momento ya también estaban pintando” (Entrevista a REST, junio, 2018), se comenzaban a juntar todos los elementos que serían usados como prototipo. Se exploraban los diferentes lugares que pueden ser utilizados para intervenir con *graffiti*, por un lado, se recupera la idea de la gran manzana para utilizar las instalaciones del metro como el lugar de producción y circulación del *graffiti* (Arroyo, 2015, Pedroza, 2010). Una característica importante que construyen los agentes *graffiteros* es que, al estar sus índices en el espacio público, el *spot*³² forma parte importante el índice, éste puede cambiar la forma en que se realiza la recepción de *graffiti* entre los agentes *graffiteros*. La elección del *spot* puede variar dependiendo del tipo de *graffiti* que se planea hacer; en palabras de KUBO

³² Ver glosario la fnal del trabajo para consultar el significado de *spot*

Mira, es cuestión de que te nazca, a mí me gustan los spots, los trenes, las patrullas, sitios que mucha gente ve y que, además, se mueven. Aunque cualquier superficie es adecuada para pintar, si me nace voy, se las aplico y no hay pedo. Si me nace, la pinto por muy difícil que parezca la misión (Entrevista a KUBO. Recuperada de Arroyo, 2015: 166).

Así, en el índice, no solo se planea lo que va a estar plasmado, los prototipos que pueda llegar a tener, sino que se debe escoger muy bien el espacio en el que será realizado; esto genera, en los agentes graffiteros, una forma específica de ver la ciudad, de ubicar estos espacios para alterar el espacio público, alterar esas relaciones que se dan alrededor y modifique la forma en que se recorre. Dentro de los agentes graffiteros también va a generar intenciones y transformaciones, éstas van desde un reconocimiento por el trabajo realizado hasta una invitación a intervenir/transgredir otros espacios; en el caso del *graffiti* ilegal se utiliza el término “*spot caliente*”³³, que puede ser documentado desde el trabajo de Castleman (2012) y que en la actualidad refiere a espacios en que “no es tanto que sean spots peleados güey, más bien es que son calientes, son espacios donde la banda le quiere dar bien pesado y que hay que estar al tiro por si pasa la tira o alguien güey, incluso la gente, luego son más culeros que la tira” (Entrevista a ARCHIE, mayo 2020). Estos espacios son caracterizados por estar intervenidos por agentes graffiteros con una considerable trayectoria y el caso más reciente que se tiene es el de la Clínica 25 del IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), mejor conocida como “La 25”, espacio que se tomó importancia entre los agentes graffiteros enfocados en las condiciones ilegales de producción.

Una vez entrada la década de los noventa, cuando los elementos anteriormente mencionados -movilidad, exploración de prototipos, combinación de diferentes categorías de *graffiti* y el hacer el *spot* parte importante del índice-comenzó el *boom* del *graffiti* (Pedroza, 2010) uno de los principales motivos fue que a partir de la movilidad que tenían los agentes graffiteros, el obtener materiales se volvió cada vez más fácil. Ahondando un poco, los agentes comenzaron a

³³ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *spot caliente*.

experimentar con los materiales que tenían a la mano, modificando las válvulas, haciendo cortes, creando sus propios marcadores. Este tipo de prácticas posibilitaron una serie de relaciones entre los agentes debido a que se compartían todo tipo de conocimientos para hacer que sus índices-graffiti sobresalieran del resto, lo anterior es documentado desde Nueva York en la investigación de Castleman (2012), también aparece en la frontera de Tijuana-San Diego (Valenzuela, 2012) y en la zona de interés (Pedroza, 2010). En el municipio de Nezahualcóyotl esta experimentación permitió llevar la creación de índices a un nuevo lugar, en palabras de HUMO “(...) pensábamos que tenía muchísimo *can control* y no, más bien ellos usan muchos trucos, perforan las tapas, les rebanan la parte de arriba para que a la hora que salga la pintura por la perforación de la tapa, quede una línea muy delgada” (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo, 2015: 124).

Otro aspecto con el que comienzan a experimentar fue la mezcla de pintura, durante estos primeros años la paleta de colores que ofrecía *Comex*³⁴ era muy limitada y los agentes graffiteros comenzaron a idear formas para poder mezclar y obtener el color específico que buscaban pero en uno de los encuentros con agentes de otras zonas pudieron aprender a realizar esto (Mendoza, 2011; Arroyo, 2015) y se estableció una técnica, transformando al graffiti y haciendo que los índices se diversifiquen aún más, extendiéndose esta diversificación hasta hoy en día, los siguientes fragmentos permiten observar estas transformaciones:

Hace muchos años, cuando no se importaban tantos aerosoles... creo que era todavía más el virtuosismo que empleaban, porque trabajaban con aerosoles de Comex o equis marca... y con los mezcladores hacían sus colores y hasta era más personal lo que pintabas porque tenía una paleta que tú ibas creando (Entrevista a ÁUREA. Recuperada de Arroyo, 2015: 47).

También SKETCH y otras personas empezaron a mezclar y empezamos a poder hacer una gama de colores diferentes, no a quedarnos con unas simples latas de

³⁴ Marca mexicana de pinturas no enfocada en lo artístico.

espray de la gama de colores sencilla (Entrevista a SCAPE. Recuperada de Arroyo, 2015:64).

Otros materiales que empiezan a circular debido a los viajes que emprenden los agentes graffiteros son las válvulas de aerosoles, los cuales en un principio son traídos de las ciudades del norte de la república y de ciudades de Estados Unidos, estos materiales comienzan a circular enormemente por toda la ciudad ya que permiten crear otro tipo de líneas y de texturas en los índices. En este punto fueron de gran ayuda las conexiones que se tenían con otras ciudades, especialmente con Guadalajara, ciudad a la que muchos Agentes viajaban constantemente y que a partir de la cultura punk se estableció un nexo especial (Pedroza, 2010; Mendoza, 2011; Arroyo, 2015); no se descarta tampoco las conexiones que hubo con Nueva York, San Diego y Los Ángeles de las cuales REST menciona que fueron importantes: “te digo es una conexión entre Neza y Los Ángeles o Neza y Nueva York, sobre todo en el sur de Estados Unidos donde empieza a germinar todos estos movimientos” (Entrevista a REST, junio 2018), se podría pensar también en la conexión con agentes graffiteros de Tijuana aunque de forma más indirecta con el municipio.

Estos nexos se caracterizaron tanto por el intercambio de aprendizajes y técnicas, como por la presencia de agentes graffiteros del municipio en esas otras ciudades, generando ese intercambio para la transformación, estableciendo nuevas formas de utilizar el espacio público y (re)significarlo como lugar de encuentro y aprendizaje, la creatividad y la búsqueda de una forma de expresión cercana y accesible (Mendoza, 1999)³⁵. Así, de maneras hasta azarosas los agentes graffiteros establecieron una red de relaciones entre diferentes ciudades y países; los siguientes fragmentos de una entrevista a SCAPE sirven de argumento:

En Guadalajara estaba todavía mucho más unida la escena del grafiti con la escena del punk, entonces cuando yo encuentro a estas personas de Fallas del Sistema, uno de los integrantes ya pintaba grafiti, el RETÉN. Entonces me dice: “Oye, nuestros amigos también pintan”, y ellos fueron los que nos alimentaron más con el material,

³⁵ Ver apartado 1.2.1.4

ya sea para vandalizar o para pintar artísticamente...En España conozco a otros personajes, otro material. Lo que es *Montana* de España, y conozco la *Punto Verde*. Entonces, regreso de mi viaje con este material; se lo empiezo a compartir, pues, a mis amistades. (Entrevista a SCAPE. Recuperada de Arroyo, 2015: 64-65).³⁶

Una vez que todos estos puntos se conectan (materiales, prototipos, experiencias) el *graffiti* mexicano pasa por otra transformación que comúnmente se asocia a la creación del *graffiti* legal y este busca estar más relacionado con la estética *aceptada*³⁷ que a los valores estéticos de los agentes graffiteros; esta transformación está caracterizada por la búsqueda de un mensaje diferente y que no sea solo entendido por los mismos agentes graffiteros, sino que el resto de la población pueda entenderlo, contribuyendo de forma diferente a la apropiación del espacio público y el compartir mensajes, dialogar ahí en el barrio. También va acompañado de un discurso sobre el vacío *artístico* (Arroyo, 2015)³⁸; dejar de experimentar ciertas emociones al realizar *bombas, trepes o ganchos*, se mantenían las condiciones de producción ilegales pero se empezaron a agregar elementos y símbolos con una carga comunicativa diferente, los tres estilos de *graffiti* mencionados empezaron a ser acompañados de un *character*³⁹ y/o de un mensaje. Al respecto HUMO comenta que:

(...) entonces cuando ya no me siento como que ya no le hallaba mucho el chiste a poner mi nombre. Dije: “¿Qué hago?” Y sí puse nombre, pero a parte hice el dibujo de un puerco, de un cerdo con traje y le puse un antifaz[...] nos metimos e hice mis letras, pero no me quedé con ganas de pintar al puerco[...]Eso que causó en esa persona que no lo quiso borrar, porque pudo borrarlo, el que lo dejara porque significaba algo, porque decía algo, eso hizo que me dedicara un poco más a darle

³⁶ Cabe aclarar que *Montana* es una de las marcas más reconocidas y costosas de aerosoles dentro del mundo del *graffiti*, al punto de que para muchos agentes graffiteros mexicanos es sinónimo de pertenecer a una clase alta o “frearse”.

³⁷ Una estética más relacionada con los valores artísticos occidentales, aunque también habrá quienes mantienen la estética del *graffiti* y se embarcan en las condiciones legales de producción.

³⁸ Recordar que no se está tomando arte o artista desde una perspectiva de historia o filosofía del arte sino desde la propuesta de Alfred Gell; en este caso se refiere a un vacío artístico desde la perspectiva de los Agentes.

³⁹ Ver glosario al final del trabajo para consultar significado de *character*.

más sentido al dibujo, más que a la cuestión estética (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo, 2015: 128).

En este fragmento se ve como HUMO transforma la forma en que realiza su *graffiti* de manera individual pero comienza a llevarlo a diferentes espacios, en donde otros agentes ya habían optado por esta transformación, integrando cada vez más importancia al prototipo que a la calidad del dibujo e incluso que a las letras, como él se refiere, pero manteniéndose en las condiciones ilegales del *graffiti*.

Durante la década de los años noventa el *graffiti* ilegal tuvo un encuentro con su antecedente mexicano, ya que fue utilizado primero durante el levantamiento zapatista, donde los agentes graffiteros plasmaron por toda la ciudad sus *tags* en forma de protesta contra todo transporte y edificio que fuera propiedad federal haciendo uso del aspecto político que tiene la práctica del *graffiti* (Pedroza, 2010). Esto significó una importante transformación entre los Agentes graffiteros, por una parte se retomó el sentido de protesta del *graffiti* reivindicativo haciendo, por otra parte la agencia se permea de estos sentidos de lucha y de crear índices con un mensaje más elaborado y orientado a la transformación social, haciendo ver y circular mensajes de apoyo al movimiento zapatista. Otro movimiento que acompaña el graffiti y que se desarrolla a partir del levantamiento zapatista en esa década, es el estudiantil, en el que el graffiti tuvo oportunidad reproducirse en contextos escolares, principalmente a nivel medio-superior, en las huelgas de los Colegios de Ciencias y Humanidades en el año 1995; al respecto HUMO comenta lo siguiente:

Ya en la escuela cambio de amistades, ahí dejo de ver un poco a la banda y empiezo a oír otro tipo de música. El *ska*, el *punk*, el *hardcore*. Cuando nosotros empezamos nuestro primer *crew* éramos puros cuates; un compa puso SKA, otro compa ponía DRET, otro ponía SPEAK, el KRATER y yo, y nuestro *crew* se llamó DEA, “Despertando el Espíritu de Aztlán”. Y en esa onda de que después del bacho [Colegio de Bachilleres] nos pasamos a cotorrear al CCH Oriente, donde topamos a otra banda. Yo creo que ahí se hizo el semillerote de graffiteros, porque ahí caía banda de Los Reyes- La Paz, de Chalco, de Neza, de Iztapalapa. Y luego comienza la huelga en el 95, o sea apenas empezando a agarrar la onda del *graff*, y fue ahí donde

empezamos a ver pintas ya un poco más elaboradas que eran de los OLEC, la Organización para la Liberación de la Expresión Callejera, y había un compa que le decían el RANCHO[...] topaba a SKAPE, como que esa banda era de la onda punk; entonces el RANCHO con la OLEC empiezan a hacer pintas atrás de los muros de los gimnasios o de los baños, o de cualquier edificio del CCH Oriente (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo, 2015: 127).

Aquí se puede observar no solo la cuestión ya explicada de la diversidad cultural y las tendencias que se tenían respecto a los géneros musicales sino que también se ve cómo estas huelgas y movimientos políticos ayudaron a transformar la agencia, la estructura de los agentes graffiteros, fue modificada y este sentido político se afianzó más. Incluso, se podría pensar que estos movimientos estudiantiles y levantamientos políticos influenciaron a agentes desde antes y los que vivieron durante este periodo fueron importantes para las nuevas generaciones de graffiteros que llegaron al finalizar la década de los noventa, se puede argumentar con el aporte de REST a la investigación

Si obviamente, los movimientos estudiantiles del sesenta y ocho no son importantes solo en la parte como estudiantil sino que repercutió en todas las capas de la ciudad (...)los primeros habitantes se empezaron a organizar y a salir a la calle a pedir a las autoridades las mejoras para las condiciones de vivienda (...) entonces pues obviamente hay una connotación de pintar, el uso de pintar en la calle o en un muro es también pues milenario pero es parte también de estos fenómenos sociales en los que por necesidad tienes que salir a la calle y pues obviamente, aunque no se quiera ver tal cual una influencia pero si tiene que ver mucho (...) tal vez no con la misma idea, tal vez no con la misma lógica pero de alguna forma te influye para que tu lo reproduzcas pero ya con otra visión con otros tintes (...)de hacer tu graffiti tal vez ya no con una connotación lógica pero si con el principio de hacerte notar los permea a los dos este instinto de pintar en el muro. (Entrevista a REST, junio 2018).

De esta forma se puede observar que parte del *graffiti* reivindicativo, el uso y las relaciones que genera en el espacio público se mantienen en los Agentes graffiteros, en los *writers*; posiblemente esto es también parte de la combinación

mencionada, entrando este tercer elemento; teniendo entonces, que la condición actual de la agencia es el resultado del *graffiti* reivindicativo, *graffiti* territorial o placazo y *graffiti* de escritores.

3.2.2 Hacia el *graffiti* legal

A partir de las transformaciones que se describieron anteriormente, las necesidades de los agentes graffiteros fueron modificándose, y se inició un cambio que ayudaría a algunos de ellos, a ver en su práctica un modo de sustento; se dio paso al *graffiti* legal. Al buscar explorar otros aspectos creativos con el *graffiti* y enfocarse más en el mensaje y la estética de sus índices, la fugacidad con la que se hacía el *graffiti* ilegal no daba suficiente tiempo para poder elaborar todo lo que se tenía planeado o todo lo que salía de improviso en el momento de estar frente a la pared, el tiempo no era suficiente y las condiciones de producción tenían que cambiar para poder satisfacer estas necesidades; esta transformación estuvo acompañada de muchos elementos y cambios en la forma en que se daban las relaciones tanto entre Agentes graffiteros como entre población en general, de igual forma las relaciones con los agentes instituciones se transformaron, aunque en un principio no entendieron esta transformación y seguían reprimiendo a los Agentes graffiteros aún cuando se tuviera el permiso (Valenzuela, 2012; Pedroza 2011; Mendoza 2011); entre las principales transformaciones se encuentran:

1. Disputa por los espacios.
2. Establecimiento de un mercado para la circulación de materiales especializados.
3. Generación de un discurso de evolución.
4. Diálogo establecido con la población.

3.2.2.1 *Disputa por los espacios*

Al buscar tener el tiempo suficiente para desarrollar sus índices y los prototipos que éstos tendrían, la forma en que los agentes graffiteros se apropian del espacio cambió, en un principio se buscan los espacios específicos para hacerlo, alguna barda o algún edificio, una esquina y se pedía permiso al dueño para poder intervenir el espacio, se negociaba y algunas veces se llegaba a un acuerdo sobre el contenido que tendría el índice. Algunos agentes graffiteros encontrarán aquí una forma de sustento realizando trabajos en negocios locales pero poco a poco se iría llamando la atención de las instituciones -principalmente políticas- para utilizar el *graffiti* en sus eventos y campañas. Respecto a lo primero, el *graffiti* como una forma de sustento, tuvo un gran impacto entre los agentes ya que vieron en esta forma de expresión una nueva motivación para desarrollar e incorporar nuevas técnicas y estilos, llegando incluso a diseñar para campañas publicitarias⁴⁰. Del otro lado, en cuanto al diálogo con las instituciones políticas, la zona oriente de la Ciudad de México y del Estado de México tuvieron una gran movilización en cuanto a la politización de jóvenes durante los años noventa, siendo los agentes graffiteros uno de los principales grupos que se buscaba integrar a ese discurso, también estarían los punks y los chavos banda en estos grupos. Al respecto se pueden tomar en cuenta los siguientes fragmentos de entrevistas:

Fue por gusto, porque lo que hacíamos nosotros era divertirnos con pinturas que pagábamos de nuestra bolsa; el problema vino después cuando algunos se relacionaron con políticos, organizaron expos de grafiti y nos facilitaron la pintura; obviamente cuando nosotros conocimos a esos chavos que hacían las expos en Iztapalapa, los famosos “chavos banda”, de entre ellos los que tenían más renombre eran los que nos daban botes, lo que a nosotros nos alegraba porque ya no teníamos que comprarlos (Entrevista a JOKER. Recuperada de Arroyo, 2015: 140).

En el año 89 vienen unos graffiteros de Los Ángeles y hacen una intervención en la colonia Benito Juárez, aquí en Ciudad Nezahualcóyotl, era la temporada del llamado

⁴⁰ Respecto a esto, muchos agentes graffiteros señalan que eso ha generado al interior de las campañas publicitarias ya no es grafiti pero sigue siendo, algunas veces, un agente graffitero el que lo diseña; lo importante es ver esa construcción entre los agentes: es un sustento al que llegó desde el grafiti, pero se encuentra fuera del grafiti. Desde el lado de la empresa se podría hablar de apropiación y mercantilización.

BUN: Bandas Unidas de Nezahualcóyotl. Era un grupo que se armó y de alguna manera empezó a dialogar con el gobierno y pues los absorbió el mismo PRI ¿no?, el CPJ (Consejo Popular Juvenil). Y al gobierno le interesaba que hubiera este tipo de intercambios, que además ya existían en otras partes del globo, con este mismo problema del crecimiento de las ciudades y las periferias, los jóvenes, las subculturas y todo ese rollo (Entrevista a LUPUS. Recuperada de Arroyo, 2015: 206).

Estos dos fragmentos permiten ver cómo esta politización de alguna forma ayudó a seguir transformando y estableciendo una agencia específica, por un lado promoviendo eventos en los que se pagaba con latas de pintura y así seguían experimentando y llevando las técnicas compartidas y aprendidas a nuevos índices; y por otro cómo, el hacer eventos e invitar a Agentes de otras ciudades y países, ayudó a que hubiera un intercambio de conocimientos mediado por una forma diferente de encuentros y apropiaciones en el espacio público, estableciendo una nueva forma de disputa por los espacios a través de los eventos y exposiciones, adaptando su agencia a los requerimientos de las convocatorias. Después de este mal encuentro con las instituciones políticas los agentes graffiteros comenzaron a planear sus propios eventos y buscaron establecer otro tipo de discurso en ellos, transformando la disputa en una negociación por el acceso al recurso del espacio público; años después vendrían los eventos con una mercantilización del *graffiti* y una forma de transformar el espacio público enfocada al consumo, pero más adelante se detallará esto.

3.2.2.2 Establecimiento de un mercado para la circulación de materiales especializados.

Anteriormente sólo se mencionó que para algunos agentes graffiteros, el tener una movilización constante entre diferentes ciudades del país y de Estados Unidos, facilitó el acceso a materiales especializados, pero no se estableció un mercado como tal; tomando en cuenta el apartado anterior también se puede hablar de una circulación de mercancías especializadas a partir de la invitación de agentes graffiteros de otras ciudades y países a eventos realizados en el municipio de

Nezahualcóyotl y la Ciudad de México. Ninguna de estas dos situaciones estableció como tal un mercado, pero sí captó la atención de algunos agentes y personas cercanas al movimiento.

Retomando el apartado anterior, los agentes graffiteros estaban transformando su práctica y generando otro tipo de necesidades a la hora de crear sus índices, las herramientas que vieron llegar en un principio las supieron utilizar y generaron cambios en los índices, generando también un cambio en los valores estéticos propios del graffiti y los Agentes graffiteros; nuevos elementos formaron parte de los índices y también el aspecto crítico entre los graffiteros se volvió más riguroso, una especie de virtuosismo apareció en el discurso de los Agentes⁴¹.

Poco a poco aparecieron establecimientos en diferentes partes de la ciudad, pero fue primero en el Tianguis Cultural del Chopo, ubicado en la Ciudad de México donde se comenzaron a concentrar agentes graffiteros de toda la Zona Metropolitana del Valle de México (Pedroza, 2010; Mendoza, 2011); en este lugar comenzaron a circular todo tipo de materiales y herramientas para poder desarrollar más la técnica individual. Rápidamente este lugar se volvió de gran importancia pero fue visto con prejuicio y se trató de prohibir el acceso a los agentes graffiteros al tianguis (Pedroza, 2010). Es también en el Tianguis del Chopo donde el *graffiti* se comienza a mezclar con diferentes estilos musicales debido a las tocaditas que se daban en este lugar, así se puede establecer una relación entre las tocaditas de *punk*, *ska* y *hardcore* (Arroyo, 2015) y la forma en que agentes graffiteros de diferentes ciudades establecieron conexiones con los agentes de Nezahualcóyotl, posibilitando que el *graffiti* se mantuviera vigente y actualizándose durante estos años, aún con las restricciones de acceso que se dieron.

Otros lugares importantes fueron el Bazar Zaragoza (Arroyo, 2015), donde los agentes graffiteros del oriente de la Ciudad de México acudían a conseguir materiales para realizar sus prácticas y dispersar su agencia por toda la ciudad. Ya se habló sobre la trascendencia que tuvo la zona oriente, lo importantes que fueron algunos lugares como el CCH Oriente y la forma en que ahí se desarrollaron

⁴¹ Revisar las entrevistas de Sergio Raúl Arroyo (2015) y José Manuel Valenzuela (2012), incluso se puede ver en Castleman (2012).

diferentes tipos de relaciones, se transformaron las prácticas de los agentes, por lo que este lugar se volvió un punto importante de encuentro; algo a destacar desde el aspecto urbano es su ubicación ya que estaba sobre la Calzada Zaragoza, muy cerca del metro Pantitlán y del metro Zaragoza por lo que los puntos desde los cuáles se podía llegar eran bastantes, la conectividad por transporte público permitía llegar a este punto. Se podría establecer una relación entre esta conectividad con el *boom* del que habla Pedroza (2011)⁴², en el que el movimiento Zapatista generó un impulso por *taggear* toda la ciudad, debido a que estas dos estaciones del metro tienen paradas y salidas de transporte; incluso manteniendo el metro como un punto de encuentro como en Nueva York (Castleman, 2012).

Otra mercancía importante que se puso en circulación fueron los fanzines y revistas especializadas en *graffiti*, a través de estas, los agentes pudieron conocer los índices que se estaban creando en diferentes partes del mundo, principalmente en Estados Unidos, esto debido a que la primera publicación especializada fue elaborada por

Ben Frank, un reconocido *escritor* de la ciudad de Los Ángeles (...) distribuía en las ciudades de México y por supuesto Los Ángeles, reforzando así el vaso comunicante entre las semiósferas de los escritores de graffiti de ambas ciudades. Frank...pretendía que el movimiento graffiti tomara más fuerza en la ciudad, para ello era necesaria la producción de un medio masivo de comunicación: una revista (Pedroza, 2010: 149).

Esta publicación fue nombrada Clandestilo. Graffiti Magazine, y después de ésta llegaron más publicaciones similares como señala Pedroza: “L[a] consecuencia más importante que acompañó a esta primera publicación especializada en el *graffiti* de los *escritores*, fue la aparición en la ciudad, de otras nuevas publicaciones similares características, pero de producción completamente nacional” (2011: 151). Así la agencia se transformó y se produjeron nuevos medios para que sus índices

⁴² Especialmente el capítulo tres: Escenarios Urbanos de la Producción Semiótica del Graffiti

circularan y el alcance fue específico para la ciudad. Las siguientes publicaciones que aparecieron fueron:

Aerosol Magazine, la primera revista mexicana especializada en *graffiti* editada por escritores mexicanos. Y el primer fanzine mexicano dedicado a difundir la semiósfera de los *escritores* en México: “Arte Enlatado”. Ambas publicaciones tuvieron una importante distribución en el tianguis del Chopo durante algunos años. A estas, posteriormente se le sumaron otras revistas y fanzines que pronto dejaron de editarse al igual que sus predecesoras (Pedroza, 2010: 151).

Desde la perspectiva de uno de los agentes graffiteros del municipio hubo importantes revistas que circularon durante la última parte de la década de los noventa se encuentran

La *Can Control* era una buena, de las primeras. Después estaba a *Volumen one*; de España estaba la *Línea Uno*, como si fuera estación del metro. La *Graphotism*, había la *Underground Productions* que era como alemana, *Backjumps*, *On the Go*, en esa metían como cosas de rap, música, publicidad de ropa y tenis, y pues graffiti, ¿no? Entrevistaban y venían a los pros ahí; yo vi algunas entrevistas o algunas fotos de Chaz Bojórquez en ese tiempo. El Ernie, que eran como los primeros que pintaban 3D que veíamos y decíamos: “No...¡Este güey está cabrón” (Entrevista a HUMO, Recuperada de Arroyo, 2015: 126).

En este fragmento se puede observar que no solo eran nacionales las revistas que circulaban, sino que también había revistas de otras nacionalidades circulando. Algunas otras formas de hacer circular estas publicaciones fue a través de la obtención de material en otros países, donde al hacer un pedido incluían algunos fanzines (Arroyo, 2015). Ayudando así al *boom* del *graffiti* durante los noventa y entrados en el siglo actual, se tenían medios de circulación más establecidos entre revistas, videos, eventos y la apropiación de los trenes, generando que algunos medios se restringieran para un tipo de agentes graffiteros y otros para otros teniendo el *graffiti* legal y el ilegal, aunque hay Agentes que no



Imagen 1. Revista Clandestilo, recuperada de Pedroza Amarillas (2011, pp 149)



Imagen 2. Aerosol Magazine, recuperada de Pedroza Amarillas (2011, pp: 152)

ven esto como una limitación, una decisión tomada una vez y para siempre, moviéndose entre ambos medios de producción.

Estas publicaciones ayudaron no solo a que los agentes del municipio y de la Ciudad de México pudieran establecer comunicación con los agentes alrededor del mundo, sino que también ayudó a que se diera a conocer la escena mexicana y que las invitaciones a eventos fueran cada vez más abundantes. En el siguiente fragmento se puede observar esto:

Pues toda la gente que conocí, tanto de aquí en México como en otros lugares porque cuando yo pintaba, mis grafiti estaban en *Art Crimes*, por eso conocí a mucha gente que me escribía al mail, chavos de Holanda que querían venir para acá para pintar conmigo, de Estados Unidos, de Corea, de muchos lugares, eso fue lo más gratificante, viajar, ir a los eventos, la gente que conocía o los que se acercaban a saludarme. (Entrevista a JOKER. Recuperada de Arroyo, 2015: 142).

Recordando lo propuesto por Gell sobre los índices y la agencia que estos pueden tener⁴³, se puede entender cómo las revistas y fanzines representaron un elemento importante como artefacto a través del cual circulaban una serie de índices y justo son los agentes graffiteros los principales destinatarios (participando en la recepción); ésta posibilitó el desarrollo y generación de estilos, el experimentar y conocer otros tipos de graffiti que se estaban haciendo, al igual que posibilitó establecer conexiones con otros países, más allá de Estados Unidos, como Alemania, Francia, España (Arroyo, 2015, Valenzuela, 2012). Generando así una estructura global que, a través de elementos locales e individuales, se transformaba y dinamizaba. Las respuestas generadas entre los agentes fueron muy variadas ya que mientras algunos aprovecharon esto para poder hallar un estilo con el que se sintieran conformes o experimentar, para otros Agentes graffiteros el graffiti en revistas y fanzines solo provocaba que las nuevas generaciones, los que apenas iniciaban en el graffiti se acercaran a estos medios de circulación para poder copiar estilos que ya estaban desarrollándose en otros lados (Mendoza, 2011; Pedroza,

⁴³ Ver apartado 1.1.1 y 1.1.1.1 del presente trabajo donde se desarrolla esto.

2010; Valenzuela, 2012; Arroyo; 2015). Con esto se observa otra característica que es importante tanto en el *graffiti* legal como en el ilegal y es el desarrollo de un estilo propio, original. Estos estilos eran explorados previamente en los *Black Book*⁴⁴, libretas que algunas veces eran de dibujo, otras escolares y que también representaron un pequeño nicho de mercancías que comenzaron a circular durante esta época⁴⁵.

3.2.2.3 Generación de un discurso de evolución.

Probablemente este cambio fue el que más distanciamiento generó entre los agentes graffiteros que se adscriben por sólo una de las dos condiciones de producción de *graffiti*. Hay que aclarar que, si bien no se reflejan todos los puntos de vista, sí se encuentra constantemente este discurso en los agentes que se enfocan sólo en el *graffiti* legal; mientras que, por otro lado, los que hacen ambas modalidades de *graffiti* no hacen uso de este discurso, en el siguiente fragmento se puede observar “En lo personal, considero el grafiti como una forma única de expresión, para mí no hay distinción entre el legal y el ilegal, es la misma cosa. El grafiti se puede pintar en un chingo de lados” (Entrevista a KUBO. Recuperada de Arroyo, 2015: 166). Lo importante es ver este discurso y describir tanto las relaciones como las transformaciones que se han generado a partir de éste, ya que algunas veces cuando se habla de esta evolución también se habla de una comercialización e incluso domesticación del *graffiti*, debido a que a partir de la búsqueda de espacios se cae en un mecenazgo muy fuerte.

Retomando la idea sobre el *vacío artístico* que empezaba a aparecer entre los agentes durante la primera parte de la década de los noventa y que generó una serie de nuevas necesidades estilísticas y de contenido -prototipos-, al igual que se fueron dando una serie de relaciones diferentes con la población en general al empezar a pedir permisos para intervenir una pared y disponer de todo el tiempo

⁴⁴ Ver glosario al final del trabajo para consultar el significado de *Black Book*.

⁴⁵ Aunque como ya se mencionó, los *Black Book* han acompañado a los Agentes graffiteros desde que el *graffiti* de escritores apareció en Nueva York, consultar Castleman (2012).

posible para plasmar la idea; poco a poco las necesidades de los agentes enfocados en estas condiciones de producción de *graffiti* entabló un diálogo más cercano con valores estéticos inteligibles para el grueso de la población y ya no solo para los agentes graffiteros, cosa que para algunos agentes sería visto como alejarse de las raíces del *graffiti*, transgresor y clandestino. Pero para este grupo de agentes fue un discurso de evolución y búsqueda de ese sentido *artístico* para llenar ese vacío que comenzaba a aparecer después de algunos años haciendo *graffiti* ilegal, principalmente *bombas*.

Este discurso se caracteriza también por un cambio en la concepción del *spot* y la improvisación que se puede tener en él, al respecto BASÍA comenta que,

“Pues ya no me llenaba el hacer grafiti ilegal, el hacer simples letras. Me puse a buscar algo más innovador. Entonces al momento de dibujar fueron saliendo otras formas y cosas, y ya tengo aproximadamente como diez años haciendo abstracciones. Fue así, paso a paso, no de golpe” (Entrevista a BASÍA. Recuperada de Arroyo, 2015: 50).

Generando una diferente aproximación al *spot* como parte del índice⁴⁶. Las necesidades, motivaciones e intenciones de los agentes graffiteros que se enfocaron en el *graffiti* legal se transformaron, así puede verse en el siguiente fragmento de entrevista a HUMO,

Pues las motivaciones cambian, si no tienes una dirección te pierdes, lo dejas de hacer. Yo he visto graffiteros, de los más cabrones del ilegal, duran dos o tres años y ¡pum!, de la nada desaparecen, como que llegan a un límite donde ya no hay más. Yo estaba en esa línea de lo ilegal, muchos, muchos lo hicimos. Pero cuando tienes hambre de más..., ¿luego qué? (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo: 2015: 131).

En este fragmento se puede observar cómo, mientras que eran vistos como los que se alejaban de esas raíces, los agentes graffiteros legales tenían ese sentido

⁴⁶ Ver apartado 1.1.1.1 Donde se habla sobre el *spot* como parte importante del índice entre los agentes graffiteros.

de llevar el *graffiti* fuera de este “estancamiento” de su forma ilegal. Esto generó una serie de distanciamientos en un principio, llegando a crear *crews* enfocados solo a uno u otro, aunque también existen los *crews* mixtos. Hoy en día parece haberse superado este distanciamiento, aunque es visible este discurso, los *crews* mixtos son más vistos en el municipio y en la ciudad, más adelante se presenta la experiencia que se tuvo con el *crew* KS (Kontra el Sistema) en donde los miembros más viejos hacen *graffiti* legal y las nuevas generaciones se enfocan en el ilegal.

Una vez que los agentes comienzan a buscar estos espacios legales para realizar sus índices, los primeros en voltear a esto fueron las instituciones políticas de las que se habló anteriormente en este capítulo, donde lo que se buscaba era generar una especie de clientelismo juvenil al proveer de materiales y permisos necesarios para que los jóvenes pudieran seguir desarrollando su técnica en el *graffiti*; pero casi a la par de esto, se encuentran con la cuestión laboral, empiezan a ver esta práctica como medio de sustento e inicia una especie de mecenazgo. Cuando los eventos atraen las miradas de la población y diferentes marcas ajenas al *graffiti* ven en los eventos una buena oportunidad para colocar mercancías, el tipo de índices-*graffiti* creados en este contexto específico comienzan a ser controlados de acuerdo a las necesidades que presentan las marcas, vigilando así las temáticas que se presentan en los eventos, al respecto REST comenta que

(...) si no se pidiera al sector privado no se podría tener a las personas que traen, no solo a nivel nacional sino internacional, traen gente de todos lados y pues ahí se comparten cosas, y los espacios que les dan pues son importantes. Por otro lado, si se han dejado llevar por la lógica estética que mencionábamos, sólo buscan embellecer la ciudad siendo parte del discurso de lo bonito, lo bello y no dejan que nos expresemos de la forma que quisiéramos creando una respuesta en la gente, haciéndolos pensar; por ese lado si es diferente el Meeting of Styles (Entrevista a REST, mayo 2018).

Así el sector privado entra como un patrocinador y un organizador de eventos, transformando, nuevamente, la agencia entre los que practican el *graffiti*; concentrándose totalmente en la parte estética y decorativa de la ciudad y dejando

un poco de lado la parte del mensaje. Pero mientras los eventos eran generados desde las instituciones y el sector privado, los Agentes aprovecharon estos espacios de encuentro para compartir y negociar entre ellos. Los agentes graffiteros se apropian de los eventos, transformándolos en un nuevo espacio apropiado -por ellos- y a la vez concedido por las instituciones. Los eventos de *graffiti* se convierten en reuniones importantes puesto que se comparten experiencias, se retroalimenta la agencia.

Por otro lado, se generó en los agentes graffiteros una especie de código de ética o moral en el que se establecen límites de manera personal, se establece en dónde sí y dónde ya no participan en eventos que filtren los índices⁴⁷. A continuación, se presentan fragmentos de entrevistas de agentes graffiteros del municipio donde afirman esto:

Sí también depende, hay gente que te dice wey cuanto cobras por esto y dicen te lo pago no hay bronca pero también depende de que es lo que te esté pidiendo, por ejemplo cuando ya son encargos pos ya es lo que el cliente te va a pedir y tu no vas a decir ay no yo soy graffitero ilegal no pos no, si me van a pagar si me dicen te vamos a dar tanto por hacer esto y esto pues adelante siempre y cuando no contravenga mi ideología, mi forma de pensar. Tampoco voy a hacer graffiti para el PRI o madres así, aunque me paguen la neta voy a decir no gracias, no me late ese cotorreo. O sea si he y no tengo ningún problema en que, la remuneración económica siempre y cuando no traicione mis principios ideológicos (...) En mi caso si, yo tengo; he conocido a varias personas que pues les vale no, mientras les paguen pues trabajan con lo que quieran y está bien, no hay que asustarse ni condenar a nadie no. En mi caso, si trato de tener un cierto respeto hacia la ideología y que el dinero no tenga que ser un factor para que tenga que contravenir mi trabajo. (Entrevista a REST, junio 2018).

⁴⁷ En el siguiente capítulo se analizan las formas en que estas relaciones se dan entre el sector privado (tomado como agente instituciones) y los agentes graffiteros. De momento hay que recordar la relación agente-paciente (ver apartado 1.1.2); en esta situación las marcas están en la posición de agentes en cuanto a la organización de un evento y los Agentes graffiteros están en la posición de pacientes esperando pasar los filtros y ser invitados o seleccionados a concursar. Recordar que no todos los eventos son organizados por marcas o instancias gubernamentales, algunos son organizados por los mismos agentes graffiteros.

En este fragmento de entrevista se observa cómo REST decide no participar en eventos organizados por partidos políticos, pero sí accede a tomar el *graffiti* como sustento, de igual forma se puede observar cómo el discurso de evolución es lo que le permite acceder a esto; cabe señalar que hay agentes graffiteros que se concentran en las condiciones ilegales de producción que también participan en estos contextos laborales aunque son demasiado raros de acontecer. ARCHIE otro de los agentes graffiteros con los que hubo oportunidad de intercambiar palabras y entrevistar, comentó que “Nel güey, pues si le hemos dado en alguna que otra chamba y mi pedo es el ilegal, yo no tengo pedo con eso. Hay unos que pues si, pues se ponen al tiro “esas mamadas no son graffiti”, me vale verga” (ARCHIE, mayo 2020). Con este segundo fragmento se observa cómo entre los agentes graffiteros ilegales existe esta distancia con los contextos laborales donde se utiliza el *graffiti* pero también se observa cómo no todos los ilegales utilizan este discurso actualmente.

Se observa cómo este código de ética establece los límites de participación dentro del *graffiti* legal llevado a -se podría decir- extremos, donde casi se puede ver como una domesticación del *graffiti*. Lo importante es ver cómo esto va transformando la práctica de los agentes, orientando la creación de índices-*graffiti* hacia cierto mercado para hacer que circulen de manera más efectiva, y teniendo nuevos accesos a espacios públicos que no se tenían, llevando el diálogo a otros lugares y modificando las relaciones en éste. HUMO comenta que

(...) pero en ese lapso de crecimiento fui viendo que no le puedes ganar al sistema, yo decía: “Mira güey, este evento lo está haciendo el PRI, o el PAN, o el PRD...entonces decían:”¡No, pues cómo vamos a participar en esos pinches eventos!”, y así... Entonces yo decía: “Mira güey, si no estamos, estos güeyes van a generar una escena de graffiti que no es real, que no existe. Los graffiteros ya no van a pintar con el corazón, va a ser como cuando te dan despensas, van a pintar porque creen que en cada evento les van a dar latas o dinero, van a pintar solo por competir, y ese no es el pedo. Si no estamos ahí lo van a hacer mal. Estés o no estés lo van a hacer. Mejor estamos, nos adaptamos, y seguimos pintando. y usamos esos recursos

que nos dan para seguirle pintando. (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo, 2015: 132).

En este fragmento se puede observar cómo HUMO accede siempre a participar en los eventos organizados por partidos políticos, pero con la intención de que éstos no inviten a alguien que cree una imagen distorsionada de lo que es el movimiento del *graffiti*, de lo que son los Agentes, impulsando lo que ellos aportaron, y siguen aportando, al *graffiti*⁴⁸. Algo que hay que destacar es la participación que tienen las Instituciones en la transformación de la agencia, al ejercer cierto poder y control en la población en general, el invitar a uno u otro agente graffitero a participar en los eventos, puede generar una percepción diferente de lo que es el graffiti, haciendo que la recepción del graffiti se modifique y el proceso de actualización/renovación del *graffiti* (Pedroza, 2016), propiciando que la participación de las nuevas generaciones sea diferente.

Por último, este discurso de evolución ha generado en las nuevas generaciones de agentes graffiteros un cambio importante, y es que algunos son atraídos directamente al *graffiti* legal, viendo siempre al *graffiti* ilegal como algo de lo que se puede prescindir, generando cierta crítica entre las generaciones ya establecidas ya que para muchos agentes graffiteros el pasar por las condiciones de producción ilegales es importante para aprender acerca de las diferentes letras y cómo combinarlas, alargarlas, deformarlas, como en el caso del *wild style*⁴⁹, un tipo de graffiti muy producido en las condiciones de producción legales, donde se juega demasiado con las letras agregando elementos que las hacen ilegibles. Algunos agentes de las nuevas generaciones responden a un contexto totalmente diferente y evitan el *graffiti* ilegal, siendo criticados por las generaciones anteriores. al respecto REST comenta que:

⁴⁸ Se pueden arrojar hipótesis sobre las intenciones de HUMO, si buscaba que no se transformara el ideal de graffitero, si buscaba patrocinios, etc. pero lo importante es ver cómo frente a estos partidos se presentó una negociación por el acceso a ciertos espacios.

⁴⁹ Revisar el glosario al final del trabajo para consultar el significado de *wild style*

Si, definitivamente sí; digo, ya hay gente que no sale nunca, o nunca ha salido a ser ilegal, empiezan teniendo otras motivaciones y otras necesidades, al final están en un contexto diferente; hay una apertura en el mercado para ellos. Cuando empecé todos se vestían con pantalones guangos y gorra y poco a poco se fueron introduciendo marcas y accesorias para la gente que hace graffiti (Entrevista a REST, junio, 2018).

Es necesario resaltar que estas nuevas generaciones tienen necesidades, intenciones y motivaciones diferentes a las de las antiguas generaciones, también los accesos que tienen a ciertos espacios han cambiado, no solo en cuanto espacios públicos sino en cuanto a los espacios dentro de contextos educativos, donde muchos agentes graffiteros desarrollan habilidades diferentes a las aprendidas en el contexto de la calle, o que utilizan lo aprendido en la calle para acceder a estos espacios educativos:

(...)yo doy clases en la Escuela de Bellas Artes de aquí de Nezahualcóyotl, donde se da la licenciatura en Artes Plásticas; entonces salen colectivos de jóvenes, que muchos de ellos ya aprendieron el graffiti en la calle y luego entran a la academia; muchos de ellos se van enamorando también del graffiti en su momento y van haciendo proyectos híbridos. Entonces hay todo un laboratorio y creo que es muy prometedor... Y hay propuestas muy interesantes que van a aportar y enriquecer el panorama cultural del país (Entrevista a LUPUS. Recuperada de Arroyo, 2015: 209).

Resulta importante ver cómo estas nuevas generaciones están siendo atraídas al *graffiti*, bajo qué discursos se están acercando y a qué agentes graffiteros se acercan para poder observar a dónde apunta en el futuro estas transformaciones en la agencia.

3.2.2.4 Diálogo establecido con la población

Este cambio permitió, en cierta forma, tener una cercanía con el contexto en el que se realiza una intervención; al buscar satisfacer esta necesidad *artística* de los agentes graffiteros que se centraron en las condiciones legales de producción de

graffiti, y también sabiendo ellos que el espacio público puede ser un espacio para el diálogo, comenzaron a interactuar cada vez más con la población en general para saber si su intervención encajaba en el contexto, estableciendo una especie de negociación entre el contexto cultural/físico⁵⁰ y el agente⁵¹, transformando la agencia e incorporando a sus índices elementos que estuvieran más acordes al contexto en el que se realizan; de igual forma las experiencias, los diálogos y las relaciones efímeras que se dan en el espacio público se transformaron en motivaciones, intenciones y acciones para los agentes graffiteros.

(...) obviamente al momento de hacerlo en un espacio público pues estas expuesto a que la gente lo vea y por ende que la gente te critique, lo vea y te exponga no, entonces si ya estas en el espacio público, si ya tienes las herramientas pues entonces has algo que proponga ¿no? Yo creo que ese es uno de los principales motivos por los que pinto en la calle no, si no quisiera que la gente lo viera pues entonces pintaría en mi casa y para mi solito. Pero si obviamente si estoy saliendo a la calle, si estoy pintando en la calle pues en ese sentido quiero que la gente lo vea ¿no? en ese sentido pues mi arte, lo que yo hago es para todo el mundo no, para el que le gusta, para el que no le gusta, al que lo aprecia, al que no lo aprecia; finalmente está en la calle y finalmente la calle es el ejercicio de la crítica para todos no (Entrevista a REST, junio 2018).

En este fragmento se puede observar cómo este diálogo se vuelve importante no sólo transformando la agencia de REST, o de otro agente graffitero, sino también accediendo al espacio público que se va a intervenir como agente y teniendo a los espectadores como pacientes, transformándolos en posibles agentes a partir de este diálogo desde su índice, convirtiéndose en esas nuevas oportunidades de apropiarse del espacio público. Retomando lo dicho en el apartado anterior, sobre el discurso de evolución y la domesticación, se puede

⁵⁰ Recordando que el espacio en el cual se realiza el índice también es parte del índice mismo.

⁵¹ Aquí se puede pensar en la población como agentes que entablan relaciones con los agentes graffiteros pero para la presente investigación esta relación fue dejada de lado; una futura investigación centrada en este tipo de relaciones podría arrojar otros elementos sobre la transformación de los espacios públicos a partir de esta relación y las transformaciones en las prácticas de los agentes graffiteros.

hablar de una transformación que fue en sentido contrario, pero a partir de este elemento de domesticación.

Entonces llevaba allí la consigna social, éramos del barrio e íbamos a hablar de la señora que vende las carnitas, los tamales..., o el viejillo que siempre está borracho, teporocho. Porque esa es la escena que vemos a diario aquí en nuestro barrio, vamos a hablar de lo que es de nosotros...Entonces cuando llegamos a desarrollar ese concepto y ese proyecto... empezamos buscar quien nos proveyera de material y espacios. Y empezamos a buscar las instituciones o lugares donde se pudiera hacer y lo empezamos a hacer. Pero pintábamos lo que creíamos que era propio del barrio (Entrevista a HUMO. Recuperada de Arroyo, 2015: 133).

Se lee en el fragmento anterior la conjunción de los elementos descritos previamente: la disputa por espacios, el mercado de herramientas especializadas, el discurso de evolución y el establecer un diálogo cercano con la población, con el contexto en el cual se realizará el índice. Estos elementos transformaron enormemente las relaciones que tenían los agentes graffiteros entre ellos mismos, con las instituciones y con el espacio público⁵².

Con lo escrito hasta este punto se puede dar una lectura diferente a la segunda parte del presente capítulo, los cambios y las transformaciones en los agentes pueden ser entendidas de una manera diferente, principalmente en los eventos de *graffiti* y las entrevistas con REST; mientras que con ARCHIE, enfocado en el *graffiti* ilegal, se puede observar cómo hoy en día se organizan los agentes adscritos a las condiciones de producción ilegal y cómo el enfocarse a estas condiciones no corta las posibilidades de hacer *graffiti* legal como medio de subsistencia.

⁵² Recordar que el espacio público no solo se entiende, en esta investigación, como el espacio físico diferenciado del espacio privado, sino aquel espacio resultado y recipiente de las relaciones entre agentes, un espacio en constante transformación y que en contextos urbanos muchas veces las relaciones son efímeras y dadas de forma rápida; ver apartado 1.2.1. Espacio público

3.3 Los Agentes graffiteros.

Durante este tercer apartado del capítulo se muestran las experiencias que se consideran más enriquecedoras para la presente investigación. Se presentan a dos agentes graffiteros que producen índices en ambas condiciones de *graffiti*: legal e ilegal; durante esta última parte del capítulo es central presentarlos y en el siguiente capítulo se analizará la forma en que actualmente se manifiesta la agencia dentro del municipio (ambos agentes son del municipio de Nezahualcóyotl). Al igual, se presenta la experiencia en campo durante dos eventos importantes para el *graffiti* en México, el primero: Meeting Of Styles 2018; el segundo: Tu Estilo Es El Mensaje, 2018. Estos eventos ayudaron a entender cómo en ciertos contextos el *graffiti* trasciende estas condiciones y se hacen presentes ambas, o se vuelven un punto de encuentro para agentes de una y otra; al igual para conocer agentes graffiteros que realizan ambas y también a agentes de otros países

3.3.1 REST.

Durante la realización del servicio social en el Centro Regional de Cultura del Municipio de Nezahualcóyotl se presentó la oportunidad de conocer a REST, un graffitero enfocado principalmente en el *graffiti* legal, REST trabaja en el Centro de Información y Documentación de Nezahualcóyotl. El contexto del primer encuentro con REST fue curioso debido a que se encontraba realizando un mural con técnicas mixtas, incluida la técnica del *graffiti*, encargado por un *coleccionista*⁵³. En el lugar también se encontraba TRASHER.

REST fue estudiante de la licenciatura de Historia en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, por situaciones personales tuvo que abandonarla durante el proceso de redacción de la tesis, la cual estaría enfocada en la historia del *graffiti* en México:

⁵³ Así lo refirió REST.

Lo que quería hacer era decir que no solamente estamos influenciados por el *gabacho* sino que aquí ya se hacía graffiti, de forma diferente sí, pero ya hacíamos. También para dejar de escribir como si se lo debiéramos a ellos, en el sentido de darle la importancia que se merece la banda...pero pues lo dejé, necesitaba dinero y pues me metí a chambear ahí en el *castillito*⁵⁴ (Entrevista a REST, mayo 2018).

Su posición es muy peculiar ya que de vez en cuando establece diálogo entre agentes graffiteros e Instituciones: “luego me piden paro, me dicen que si les puedo conseguir los permisos para un evento y pues si puedo chido, no siempre se puede eso sí” (Entrevista a REST, mayo 2018). Durante los siguientes encuentros con él siempre estuvo en su entorno laboral, ya sea en la realización de *graffiti* y/o arte urbano o en su oficina por lo que muchas veces tuvo que optar por una observación más directa sobre sus actividades. Durante estas fechas se encontraba realizando una recopilación de los lugares referentes a la identidad del municipio de Nezahualcóyotl donde incluiría “el corredor de “las Virgencitas”, como un punto importante para la realización de graffiti en Neza, pero falta ver que lo acepten, luego si son medio mamones con eso” (Entrevista a REST, mayo 2018).

REST se comenzó a interesar por el graffiti a finales de los noventa, cuando existía en la Zona Metropolitana del Valle de México una masiva práctica de este, lo cual también llevó a una mayor diversificación de técnicas y estilos en la zona.

Pues , aquí en Neza, en todos lados no, en el 95, 96, 97 Neza ha sido como el *boom*, la cuna del graffiti, es bien importante y te lo encuentras en todos lados, en las calles en la escuela, dentro de la escuela, por todos lados...estos grupos de cholos están en las calles pintando y haciendo murales, conocer toda esta onda de los *lowriders*, de los cholos y las jainas, toda esta onda también de los pachucos, también me gustaba esa onda, y pues poco a poco me convence a permear más de esa cultura, fue lo que al final me terminó jalando a esta onda del graffiti. (Entrevista a REST, junio 2018).

⁵⁴ El *Castillito* y el CIDNE, por su localización, son comúnmente referidos como uno por la gente del municipio de Nezahualcóyotl

Este encuentro de REST con el *graffiti* comenzó a desarrollar un gusto en él, principalmente en el aspecto de la caligrafía usada a través de diferentes técnicas, pero nunca utilizó aerosol. Durante este tiempo estuvo desarrollando estas habilidades en diferentes superficies preparándose para plasmar sus letras sobre los muros:

Pues en un inicio siempre, creo que, desde la primaria siempre me gustó hacer letras, cholas y todas esas cosas, como que siempre me gustó mucho esa forma de desfigurar las letras...yo empecé a pintar en las calles hasta el dos mil, en el 97 fue cuando yo solo los veía, en el 99 dos mil fue cuando yo empecé a adquirir mis materiales y ya empecé a pintar, pero básicamente con aerosol (Entrevista a REST, junio 2018).

Una vez que estuvo en contacto con los muros empezó a desarrollar su técnica y su pericia con la lata, que en el argot graffitero es conocido como *can control*, y buscó utilizar su *graffiti* con una finalidad diferente que la territorial y la ilegal del *graffiti*; ésta transformación o transición, que incluso es vista como evolución por los mismos graffiteros, le llevó a explorar nuevas perspectivas para sentirse más conforme con el *graffiti* que creaba, optando por hacer de sus índices un canal de comunicación con la gente, haciendo que los elementos que constituyen sus índices -su estilo- fuera más fácil de interpretar por parte de la población del municipio:

No, trato de hacer, bueno ya ahorita trato de hacer...este, como, como guiarme en una onda. Pues en un principio básicamente pones tu tag y si perteneces a un *crew* pues tu *crew* pero básicamente era el tag, en el proceso vas evolucionando...Pues con el proceso, con los pasos, como vas creciendo y desarrollando tu pensamiento vas buscando otras formas de poder comunicarte no, y otras alternativas para poder inspirarte, a mí por ejemplo, me gusta mucho pintar viejitos, personas del campo, las desigualdades sociales, todo ese tipo de cosas son como, más lo que me inspira no, como esta forma de tener que dar un mensaje, dar una consigna, como que decir algo no nada más llegar y pintar por pintar sino que, eso que pintas deje alguna forma de

participación, tal vez no lo entiendan, tal vez si lo entiendan todo dependerá de esa manera, de esa perspectiva con la que se mire no pero yo si tengo como la perspectiva, esa idea como de que a través de mi trabajo exista un cambio, una transformación o simplemente que impacte al espectador no (Entrevista a REST, junio 2018).

Esta transición se vio caracterizada por la apropiación de elementos de otro sector de la cultura popular, en específico de la difundida a través de la televisión durante la parte final de la década de los noventa e inicios del siglo XXI, en este caso se habla que comenzó a utilizar diferentes prototipos (Gell, 2016) en su *graffiti*, hizo de éstos parte importante de su agencia a través de una continua exploración:

Pues los comic , toda esa onda de los comic, de las tiras cómicas; bueno de los comic hablando en especial de Spider man y todo eso no. Me gusta también lo que es el manga, es todo el dibujo, y yo creo que eso te lo va a decir cualquiera, el dibujo como tal es una influencia muy fuerte. A mi la neta, yo era muy fan del manga no en el 95-97, estar viendo Dragon Ball, Sailor Moon, Ranma, toda esa, esas series a mí me gustaba y me gustaba mucho reproducirlas y son parte de las influencias que tuve, en un inicio (Entrevista a REST, junio 2018).

Con el paso del tiempo fue invitado a diferentes eventos y se comenzó a sentir cada vez más satisfecho con el trabajo que estaba creando, si bien de vez en cuando realiza *graffiti* ilegal cuando se encuentra con viejos conocidos.

La neta, he tenido experiencias muy muy chingonas, el que me inviten a pintar a otros lados. No sé, creo que desde un inicio, creo que unas de las cosas más chingonas es cuando están pintando y estas en la calle y que sabes que la gente le está gustando y que pasa cualquier persona, sobre todo hombres que se quedan un rato ahí viendo y te dicen a no manches quieres una caguama y te traen una caguama y tu dices a no manches que buen pedo, o sea desde una cosa tan sencilla como que te inviten una caguama, hasta no sé, que te inviten a pintar a Playa del Carmen y que te paguen los viáticos y que te inviten a cualquier evento y te paguen todo, que llegues a hoteles y bien chingón; o que te compren obra no, es una de las cosas más chingonas que

puedes tener, que llegue una persona y que te diga y cuando por el cuadro y que tu digas un precio y ni siquiera digan a no está muy caro, y digan a va yo lo quiero y te lo compran no, yo creo que de ahí, en ese sentido... También he tenido la fortuna de conocer un chingo de personas bien a toda madre, de todos lados, si es como de las cosas más satisfactorias el conocer un chingo de gente que están pensando otras cosas, no están pensando que a pinche mundo culero, ya están tratando un poco de moverse de hacer otras cosas” (Entrevista a REST, junio 2018).

REST se centró en desarrollar el modo de producción y/o condición legal del *graffiti*, llegando incluso a realizarlo por encargo. Este último ya no obedece a los contextos habituales de producción de *graffiti* legal puesto que se encontraba en un entorno totalmente controlado y privado, se podría decir que en un estudio de arte; al final afirmó que seguía siendo *graffiti*, un tipo diferente de *graffiti*.

Si también depende, hay gente que te dice güey ¿cuánto cobras por esto? y dicen te lo pago, no hay bronca, pero también depende de que es lo que te esté pidiendo, por ejemplo, cuando ya son encargos *pos* ya es lo que el cliente te va a pedir y tú no vas a decir ¡ay no yo soy graffitero ilegal, no *pos* no!, si me van a pagar si me dicen te vamos a dar tanto por hacer esto y esto pues adelante siempre y cuando no contravenga mi ideología, mi forma de pensar (Entrevista a REST, junio 2018).

REST fue una parte importante para conocer la agencia cuando se trata de las condiciones de producción legal, se pudo conectar los datos obtenidos a través de las entrevistas con los diferentes trabajos realizados en torno al *graffiti* en la zona de estudio. Ayudó a comprender también los diferentes tipos de relaciones que tienen los agentes graffiteros principalmente legales con las instituciones.

3.3.2 ARCHIE

Otro de los agentes graffiteros que tuvieron un peso importante para la presente investigación fue ARCHIE, quien se desarrolla principalmente en las condiciones ilegales de producción de graffiti, esto ayudó a entender dichas condiciones y los aspectos específicos que constituyen la agencia en estas. Otro aspecto importante que aportó ARCHIE fue el conocer, a través de su experiencia y los relatos de vida que proporcionó, a diferentes agentes graffiteros ilegales que desafortunadamente fallecieron, algunos de ellos mientras realizaban un graffiti ilegal. Los recorridos y las entrevistas se realizaron durante junio y julio de 2020, aprovechando la pequeña ventana de la pandemia por COVID-19, razón por la cual estos recorridos fueron muy controlados, en cuanto a tiempo principalmente.

ARCHIE lleva nueve años realizando graffiti ilegal, en sus palabras “fue ya bien tarde, *güey*, ya que terminé el *bacho*⁵⁵, ya fue donde me metí bien cabrón a esto, *güey*. Antes no me llamaba mucho la atención, pero pues mis compas estaban dándole y pues chingó a su madre” (Entrevista a ARCHIE, junio 2020). En un principio tuvo dos *tag* diferentes, modificándolos conforme se iban ampliando sus relaciones indirectas con los graffiteros, con esto se refiere a la observación del *tag* seleccionado en diferentes puntos de la ciudad:

No, no, antes las que, como te platicaba hace rato, antes era BIRD por pájaro, me gusta volar y luego apliqué GREÑAS pero pues ya por motivos *ora* si que, el de BIRD porque ya había visto que lo aplicaba alguien, otro *güey* y la neta no me latió. Y el de GREÑAS pues como que se me hacía muy común y pues ya ARCHIE me latió, por el apodo del... de mi calle de mi banda (Entrevista a ARCHIE, julio 2020).

Esto responde a la necesidad de buscar un *tag* único y que pueda reflejar la agencia de ARCHIE, la razón por la cual escoge BIRD en un inicio fue para tener la sensación de estar volando por la ciudad dejando marcas de sus recorridos, al final escoge ARCHIE, el cual fue tomado del personaje de historietas con el mismo nombre, esta elección responde al espacio donde se mueve ARCHIE: el vecinal, del barrio, la colonia, cuestión que se observó durante los recorridos ya que él

⁵⁵ Colegio de Bachilleres

enseñaba los *graffitis* ilegales -índices- que había creado durante su trayectoria alrededor de su casa, y en todos lados era saludado y ubicado por ARCHIE. Esto es importante debido a la significación que los agentes le dan a la calle, el espacio en donde se transmiten y se ponen en práctica los conocimientos, también es el lugar en donde las relaciones se dan, no solo a partir de los agentes sino también a partir de los índices creados, para muchos agentes graffiteros ilegales las calles hablan, las *bombas* hablan y son reflejo del agente que las transgrede.

Una de las principales razones por las cuales le atrajo el *graffiti* fueron las relaciones desprendidas en torno a los aprendizajes “¡Ah! pues que, nunca terminas de aprender (risas). Nunca terminas de aprender y pues *ora* si que te va gustando cada día más y más y más, eso fue lo que me llamó la atención” (Entrevista a ARCHIE, junio 2020). Continúa teniendo importancia el papel de la calle. ARCHIE en un principio, salía a recorrer de manera solitaria las calles y a partir de los índices-*graffiti* que observaba comienza a crear su estilo, aprendiendo así, no directamente de los otros agentes sino de los índices creados por ellos

Durante los primeros años en los que incursionó en el *graffiti*, estuvo siempre de manera solitaria escogiendo sus *spots* y esto generó una forma diferente de producir *graffiti*, dejando de lado la cuestión del boceto y el *black book* como espacios antes de la pared

Ay, pues al chile, las primeras pintas así al chile, si eran así, más a la brava. Me tardaba un verguero carnal. Pero ahorita que ya le entiendo más pues la neta si es muy bueno bocetear güey, aprendes más y ya si lo llevas así tu boceto así pa' la pinta ya, es más rápido; o si ya lo traes en la mente pues ya chingón carnal, pero si llevas eso es muy práctico eso, *ora* si que, pues no porque te vean y digan “¡ah!, traes tu boceto no mames, eso es en la cabeza”, porque luego hay graffiteros que son así (Entrevista a ARCHIE, julio 2020).

Esta forma solitaria de iniciar en el *graffiti* también le ha hecho modificar la agencia del grupo al que ha pertenecido la mayor parte de su trayectoria, su *crew*. Cabe resaltar la forma importancia que el boceto, del *black book*, como elemento que permite experimentar antes de llegar a las paredes, al espacio público. En el

primer capítulo se habló sobre los índices, no son *piezas*⁵⁶ terminadas, están en constante evolución y acompañan al Artista durante toda su trayectoria, de esta forma el *black book* o los bocetos son siempre importantes para los agentes graffiteros, en ellos hacen visible la transformación y configuración⁵⁷ que sus índices van teniendo. Incluso se podría hablar de estos bocetos como un prototipo.⁵⁸

A través de Archie fue posible conocer a miembros de su *crew*, el KS, el cual comenta que

KS ¿qué significan las letras, las siglas? Significan un chingo de cosas hermano, principalmente es Kontra el Sistema o King Street o King Style. Varias, tiene varias siglas, pero esas son las más marcables para la banda y les late a la banda porque dicen “A huevo reyes de la calle” o así ya en el español del barrio Kontra el Sistema, lo que te digo carnal perro maldigo *fucking* sistema, si la neta carnal (Entrevista a ARCHIE, julio 2020).

Uno de los principales agentes del KS es MAZACK, quien enseñó a ARCHIE diferentes técnicas y a moverse por las calles, también fue el principal agente que lo introdujo al KS. Otro agente graffitero importante para el desarrollo de la agencia de ARCHIE fue ATEO, quien desafortunadamente perdió la vida hace dos años, En palabras de ARCHIE

el ATEO, no ese güey me marcó mucho, porque ese güey iba de... a tal lado, como lo que te digo de mi jefa, y lo veía arriba y era de “ay güey, como se subió allá arriba” eso como que me llamó mucho la atención, tanto por la altura y a parte porque veía que estaba todo así, me emocionó mucho y la neta ese carnal si es bien humilde, ese si es bien estudiado, es psicólogo, bueno ya falleció carnal, lleva dos años que se fue. (Entrevista a ARCHIE, Junio 2020).

Fue una de las principales influencias para que ARCHIE comenzara a realizar *graffiti* aéreo, una modalidad de *graffiti* en la que se buscan lugares altos y de difícil

⁵⁶ Entendida como lo hacen los agentes graffiteros: *masterpiece*.

⁵⁷ Algunos agentes dirían evolución

⁵⁸ En el siguiente capítulo se detalla esta relación entre prototipo-boceto e índice-graffiti

acceso para plasmar la placa, tag y/o bomba, generalmente se planea durante unos días la forma en que se van a realizar estos *graffiti* debido al peligro que representa y generalmente se acude al lugar, *spot* en la jerga graffitera, en grupos pequeños para no llamar mucho la atención.

Respecto a esta práctica ARCHIE narró una de las más importantes que ha realizado, una en la Clínica 25 del IMSS, que se encontraba sobre la Calzada Zaragoza que, antes de ser demolida fue un edificio abandonado por los daños que dejaron a su paso los sismos de 2017. A principios de 2020 llamó la atención de diferentes graffiteros que realizan esta práctica del aéreo, las labores de demolición iniciaron en marzo de 2020. En el caso de ARCHIE fue acompañando a un grupo de ellos.

Sí hermano pero, ese día güey, íbamos el LICRI, íbamos la NEZIA, el TOCK, el OZONO... como otros dos güeyes, ya no me acuerdo su tag y el TOOK me dijo que le echara la mano para que le diera la NEZIA porque NEZIA es una morra, le da bien pesado en el graffiti cabrón como morra, es la única morra de aquí que no mames, de aquí de la zona, no mames le da bien recio, le echa huevos hace aéreos y todo el pedo. Me dijo que le echara la mano en ayudarla porque ahí era con arnés carnal, ahí no era nada más subirte y a la brava también te cuidas, tu protección wey la neta. Y dices no, yo al chile aplico la de que me amarro con dos tres lazos me vale madre, no yo quiero vivir muchos años hermano para todo mi pedo que traigo falta mucho... y sí le eché la mano y todo güey y yo con gusto porque pues era mi viajada la neta wey, era de las veces que salgo con esos ñeros y dije yo si quiero integrarme no wey y si le dije a huevo carnal, que acabe ella ya nos descolgamos tu y yo, ah si hermano. Y ya este, acaba ella sin pedos güey y yo le empiezo a dar con ese carnal; no mames como ya habíamos quemado el paro bien cabrón güey por todo el pedo de que nos tuvimos que amarrar y todo, y a parte ya estaba quemado el spot, que nos caen los puercos güey, y nada más alcancé a rellenar cuatro letras y marcar dos y pues ya no acabé güey, nos tuvimos que ir fugaz porque ya teníamos a la tira ahí encima güey, la neta ya estaban radiando, ya estaban a punto de rodearnos güey, era Galeras güey a lo mejor no tanto acá por o no sé si era delito federal esa madre pero mínimo era galeras y pues ya la banda a nadie le gusta ir a liberarnos, pues nos fuimos y ya no

la acabé pero si la pinte güey, de hecho ahí tengo la foto” (Entrevista a ARCHIE, Julio 2020).

Actualmente ARCHIE ha estado desempeñando un papel de organizador en el KS, tanto de salidas a *aplicar el crew*, como de eventos como el aniversario del *crew*

(...) organizador carnalito, pues ora sí que como que si me late, si me motiva y si, pues la neta me late la esencia de este pedo porque en los eventos se pone chido, le cae banda, conoces nueva banda, te jalan a más lados güey y pues ando así como que organizador, de los principales, de hecho ahorita ya me está echando varia bandita la mano güey, la neta pero sí, *ora si que como que soy uno de los organizadores.* (Entrevista a ARCHIE, Junio 2020).

En la realización de los eventos el KS participa como un colectivo en donde se hacen presentes los diferentes elementos que conforman al KS: *Graffiti*, tatuaje, malabarismo, reggae, hip-hop, punk-rock y artesanías. Más adelante se analizarán estas dos formas de organización tanto en el aspecto ilegal como en el aspecto legal.

Durante su trayectoria ARCHIE ha formado parte de diferentes *crews*, incluso durante el punto en el que él mismo considera fue el más productivo, llegó a formar parte de tres *crews* diferentes

Antes aplicaba otros *crew* la verdad, aplicaba los MDUK, a mi los que me mamaban eran los de 59 de Pantitlán y los DREW, de acá del barrio. Los 59 de hecho ya me habían dado la baja el NOPE de los 59 me dio la KW pero pues yo soy de la esencia de que si lo aplico y ahuevo pero hasta que vaya a pintar con ustedes no carnal, para ver qué pedo, porque no nada más por el *crew* voy a bajar por ustedes, quiero ver como son, al chile, no me voy a ir con banda que la neta me deje morir en ese aspecto no; y pues no, ya no lo apliqué pero hay un valedor que le dicen el Quique de aquí de los reyes y ese güey me ofreció ese *crew* de los DREW, los que quería, porque ese güey era igual y vio que andaba bien recio en el *aéreo* y una vez fuimos a pintar y me la platicó y le dije que pues al chile yo si quería ese *crew* y le digo pues va, arre y lo

empecé a aplicar, lo empecé a aplicar carnal pero en ese tiempo como que bajé mi ritmo de pintar y pues ya (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

Después de estos años dejó los diferentes *crews* y solo formó parte del KS:

Desde un principio el KS siempre ha sido, por mi barrio, por mi zona yo si dije pues pa' que pido si yo puedo levantar mi *crew* carnal y ya dejé de aplicar todos; ahorita me han invitado al *crew* y acá y no, no hermanito gracias, este va pa' arriba (el KS). Y ya *nomás* ahorita puro KS pero si aplicaba antes otros (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

Hoy en día ARCHIE está tratando de establecer diferentes tipos de relaciones en cuanto al aprendizaje de los nuevos miembros, invitando a los antiguos participantes a compartir experiencias con ellos:

Yo a mi banda la regaño, lo que somos de la zona los cago porque luego llega banda que va a topar así güey, del *crew* (pintas) pero que quieren jalar y quieren bajar y los corren. "no es que la otra vez me topé acá, ahorita que lo vea le voy a decir", no le hago a ese pedo, ni un regaño, *nomás* lo digo en *coto* no pero es decirle "que onda carnal, la neta jálatalo y enseñale carnal, ese güey trae tu mismo pedo, no me lo corras o abras güey, bueno yo lo veo más así (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).



MOTTI (†), ARCHI y ATEO (†). Fotografía de ARCHIE

Imagen 3
ARCHI. Fotografía de
ARCHIE



Imagen 4
Cínica 25. Fotografía de
ARCHIE.



Imagen 5
MOTTI (+), ARCHI y ATEO
(+). Fotografía de ARCHIE

Formar parte del KS y modificar estas relaciones ha ayudado al *crew* a crecer en cuanto a números y técnica

Si, pues ora si que más chido porque, tengo banda que ha entrado al crew y trae un nuevo pedo güey, banda de los que te decía de acá atrás el SEKI, el HAP trae mucho, mucho estilo pasado de lanza, y pues de ahí veo, aprendo, avanzo y pues hasta pregunto wey güey, a mí la neta no me late ser penoso, todo lo contrario we. Si, si me ha ayudado a aprender más y como persona igual güey, como persona porque así como si hay gente que si es bien verguera pero también hay gente que no mames trae otro estilo de vida otra forma de pensar güey y está bien chido (Entrevista a ARCHIE, julio 2020).

ARCHIE formó parte importante del desarrollo de la investigación puesto que ayudó a entender estas nuevas formas en las que se manifiesta la agencia en los agentes graffiteros de las nuevas generaciones ya que ha tenido gran participación con ellos en torno a los saberes y aprendizajes que se generan en la calle. Ya sea en el *graffiti* legal o ilegal ha generado cambios en estos marcos establecidos de lo que es el graffiti en las colonias de Nezahualcóyotl.

3.3.3 Eventos de Graffiti.

Durante el 2018 se presentó la oportunidad de hacer trabajo de campo en dos eventos de graffiti o expograffiti: Tu Estilo es el Mensaje (TEM) y Meeting of Styes (MOS).

Antes de pasar a la descripción de los eventos es importante hablar de la zona más destacada para el graffiti legal y los eventos en el municipio de Nezahualcóyotl, si bien existen otras donde se realizan eventos, durante años la colonia Virgencitas fue de las más importantes para el graffiti, REST comenta que

(...) no hay lugar como ese que tenga tantos muros, uno después de otro y seguidos, ahí puedes acomodar a toda la banda. También pues ahí está el Centro Regional de Cultura, primero llegan a pedir permiso ahí para organizar un evento y ellos les

ayudan a conseguir permiso para pintar toda la zona. Pero ya no se ocupa, los directivos se organizaron y ya no dieron permiso. Si juntas a tanta banda pues no siempre se controlan (Entrevista a REST mayo 2018).

Por esta razón los eventos ya no son realizados en la colonia Virgencitas, pero al pasar por esta zona los muros seguían cubiertos por los Índices-*graffiti* del último evento realizado en 2017. Las imágenes 3.8, 3.9 y 3.10 fueron tomadas durante los recorridos en la colonia Virgencitas, en ellas se puede observar las diferentes paredes de las escuelas sobre las que se plasman los índices; las escuelas son: 1) Escuela Secundaria José María Morelos y Pavón, 2) Escuela Secundaria Federalizada Moisés Saenz, 3) Escuela Primaria Ricardo Flores Magón, 4) Escuela Primaria “General Lázaro Cárdenas del Río, destacando que frente a estas escuelas se encuentra el Centro Regional de Cultura (CRC), creando una sinergia importante entre estos sitios. El CRC ha tenido una importante participación en el desarrollo cultural del municipio, desde su fundación en la década de los años ochenta ha generado un diálogo de participación con los habitantes del municipio; su fundación fue importante también por la temporalidad, ya se mencionó que durante los ochentas, el municipio vio nacer una serie de organizaciones juveniles con propuestas y prácticas culturales y sociales específicas, por lo que fue desde la perspectiva de las instituciones que el CRC operó desde un diálogo participativo, recordando también que durante esta misma década la politización de estos grupos juveniles fue de mucha importancia para que el PRI tuviera siempre aseguradas las elecciones para alcalde municipal. Actualmente el CRC opera de forma más autónoma con respecto a sus orígenes, pero mantiene ciertas relaciones con sectores políticos más allá de ser un centro municipal. En cuanto al *graffiti*, es importante resaltar que se mantiene una estrecha relación con agentes ya mencionados en esta investigación, al realizar los recorridos y llevar a cabo el Servicio Social.



Imagen 6
Recorrido por la
colonia Virgencitas
2018. Fotografía de
Jorge Oropeza.



Imagen 7
Recorrido por la
colonia Virgencitas
2018. Fotografía de
Jorge Oropeza.



Imagen 8
Recorrido por la
colonia Virgencitas
2018. Fotografía de
Jorge Oropeza.



Imagen 9
Fachada del Centro Regional de Cultura, 2018. Fotografía de Jorge Oropeza.

en el CRC hubo oportunidad de platicar sobre el papel del graffiti con Arturo Ortiz, Director del CRC, quién comenta que

(...) aquí hemos tenido la participación de LUPUS, HUMO y muchos otros chavos graffiteros; es fácil ver el apoyo que se les da desde el Centro Regional a los graffiteros, tú te fijas en los alrededores y está lleno de graffitis, pero no de rayas sin sentido, sino de una expresión real, que acerca a los chavitos de las escuelas (Entrevista Informal con Arturo Ortiz, febrero 2018).

Durante el desarrollo del servicio social fue importante observar cómo el interior del Centro Regional de Cultura tenía índices-graffiti, e incluso la creación de uno tuvo lugar durante estos meses, el *crew* REVOLVER realizó en las paredes internas un índice con el permiso del Director⁵⁹. El primero de ellos, TEM, fue realizado en el municipio de Nezahualcóyotl, en la colonia Del Sol, el evento tiene

⁵⁹ Ver imágenes 3.11 y 3.12

una convocatoria a nivel nacional, realizándose en distintas sedes a lo largo del año, en esta ocasión tuvo lugar en Nezahualcóyotl y la siguiente sería Puerto



Imagen 10
Barda interna del Centro Regional de Cultura, 2018. Fotografía de Jorge Oropeza.

Vallarta. Durante dos días agentes graffiteros de diferentes partes de la zona metropolitana del Valle de México acudieron a realizar sus *piezas* y *characters* -o *caracteres*-, en las paredes externas e internas de la Escuela Primaria Narciso Mendoza. Aquí hubo oportunidad de realizar entrevistas semi-estructuradas con diferentes agentes graffiteros y conocer la forma en que la agencia se visibiliza más allá del aspecto visual/práctico del *graffiti*, hubo oportunidad de observar diferentes tipos de relaciones que se dan en este contexto. Algunos agentes graffiteros estaban acompañados por su familia, otros aprovecharon la ocasión para reencontrarse con viejos conocidos, otros para conocer a importantes agentes e intercambiar palabras y unos cuantos aprovechando la ocasión para beber con conocidos; desde la parte vecinal también se observaron diferentes tipos de relaciones ya que muchas personas de la zona estaban reunidas para intercambiar palabras con los agentes graffiteros, personas de diferentes edades, niños pidiendo el *tag*, jóvenes tomando fotos y personas mayores preguntando sobre el origen de esta práctica. Por otro lado, también se pudo observar una relación indirecta con las

instituciones ya que el espacio utilizado para realizar el evento fue una escuela primaria, y las paredes internas también fueron utilizadas aunque era evidente que estas tuvieron un control específico en cuanto a las temáticas utilizadas, también en cuanto a la vigilancia del lugar, era muy evidente la permisibilidad que las autoridades policiales tenían en cuanto al consumo de alcohol por parte de los agentes graffiteros, a pesar de que en contra esquina de la primaria se encontraba un centro de seguridad poblacional de Nezahualcóyotl.

Durante este evento tuve la oportunidad de conocer a GlosaGrafik, proveniente de Azcapotzalco, quien lleva en el *graffiti* alrededor de veinte años, al igual que muchos agentes graffiteros inició en el aspecto ilegal “Si, yo y mi carnal nos íbamos; antes no teníamos *crew*, solo éramos nosotros dos y ya. Y como todos no, en el ilegal, de repente sales y pones tu nombre, tu *tag* y no paras y vas creciendo y vas evolucionando, ya después lo dejas no, yo dije “no pues voy a hacer algo más completo, voy a hacer algo que de verdad le transmita algo a la gente y también siempre desde niño estuve dibujando y ya poco a poco le fui dando a esto.” (Diario de campo, noviembre 2018). Junto con su hermano iniciaron el *crew* “En La Marcha”, compuesto por cinco integrantes que realizan *graffiti* y personas que ha conocido fuera del *graffiti* que deciden formar parte de éste. Se abordó el tema de los aprendizajes obtenidos en la calle, específicamente en cuanto a las luces y las sombras que se aplican para dar una sensación de profundidad a la *pieza*

“Pues poco a poco te vas fijando en los detalles que tienen las cosas, te das cuenta de que en unas partes el color cambia por las sombras que tiene. Mucha banda usa el mismo color café para todo el tronco o el mismo verde para todas las hojas. Y no, si te fijas en los árboles no es el mismo café en todos lados. O en el señor, su sombrero tiene distintos tonos” (Diario de campo, noviembre 2018).

Este aprendizaje lo fue llevando poco a poco en diferentes superficies y muchas veces en forma de bocetos, de manera autodidacta e incluso con algunas personas que se encontraban estudiando artes, de igual forma fue desarrollando en sus *graffiti* otro tipo de técnicas, todas ellas dentro de los aprendizajes en y de la calle.

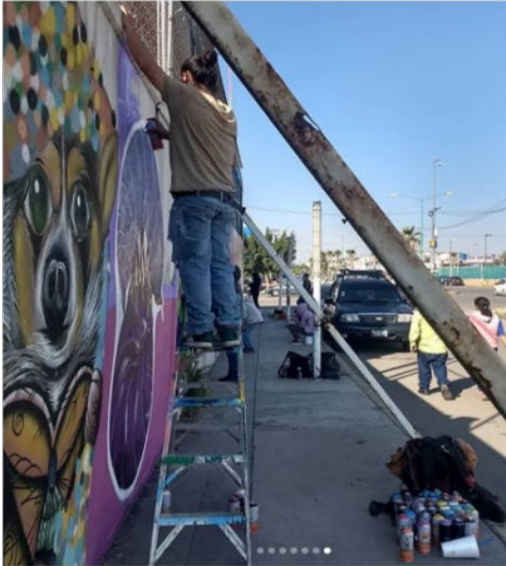


Imagen 11
GlosaGrafik en el evento Tu
Estilo es el Mensaje, 2018.
Fotografía de Jorge Oropeza.



Imagen 12
Tu Estilo es el Mensaje,
Nezahualcóyotl, 2018.
Fotografía de Jorge
Oropeza.



Imagen 13.
Tu Estilo es el Mensaje,
Nezahualcóyotl, 2018.
Fotografía de Jorge
Oropeza

Otro de los agentes graffiteros con los que hubo oportunidad de intercambiar palabras fue OSCAR, al igual que la mayoría de sus homólogos tuvo su acercamiento a través del *graffiti* ilegal:

Yo empecé haciendo ilegal, pues como todos ¿no carnal? y lo dejé, ya ahorita pues igual y no es graffiti pero pues aquí ando. Esta es mi quinta pintura y el primer evento al que jalo (...) Pues es que para mí graffiti son letras y ya, igual y mi valedor pues si se puede decir que es graffiti pero pues no sé. Le dio pauta a un chingo de cosas el graffiti, salieron bastantes cosas de lo que la banda se pudo agarrar (Diario de campo, noviembre 2018).

Con esto se ve la separación, aunque no total, de la realización de *graffiti*, aunque después aceptaría que si es *graffiti* pero que estaba “peleado” con los agentes graffiteros que establecen marcos rígidos de lo que es y no es *graffiti*. Oscar utiliza su nombre debido a diferencias que tuvo con su *crew* y que afectaron su *tag*, incluso estaba acompañado por un amigo que se encontraba en la misma situación, ambos sin *crew* comentaron que es mejor así ya que evitan roces con personas y pueden ir a los lugares sin preocupaciones. En su opinión el graffiti de Neza es importante porque “pues es que en Neza, Neza es graffiti güey, aquí hay un chingo de banda bien pesada También pues se dio el graffiti con toda la música no? Que los punks, metaleros, el ska, el reggae, un buen de cosas güey” (Diario de campo, noviembre 2018).

Hacia el final del evento fue notorio que muchos agentes graffiteros aprovechan la noche para intercambiar *tags* o placas entre ellos y compartir una cerveza en las calles, lo cual dio pauta a diferentes tipos de relaciones impulsadas por el evento, esto ayudó a comprender un poco la forma en que la agencia de los agentes graffiteros se manifestaba más allá del aspecto visual de éste -en el siguiente capítulo se analiza esto con mayor detenimiento- por lo pronto hay que señalar que al final del evento muchos agentes graffiteros aprovecharon para hacer presente el *graffiti* ilegal e incluso algunos de ellos enfocados en el *graffiti* ilegal se hicieron presentes en este momento. En palabras de OSCAR “por eso está más chido así, sin crew, te lanzas a los eventos y te encuentras con banda chida, a veces

banda que ni pinta y pues eso es la esencia del graffiti, conectarse, a veces bien a veces mal, pero pues conectarse con la banda” (Diario de campo, Noviembre 2018).

El segundo evento que proporcionó importante información para la investigación fue el Meeting of Styles el año 2018, un evento realizado alrededor del mundo de origen alemán, debido a la gran importancia que tiene en el medio del *graffiti*, a este evento suelen invitar a graffiteros de otros países a participar; en este caso, el evento en la Ciudad de México reunió a diferentes artistas y graffiteros. A partir del 2018 el tamaño de las producciones se vio reducido por razones desconocidas, las grandes producciones en las paredes de los edificios dejaron de realizarse y se dejaron solo dos sectores, en el área de Regina y de la Santísima, ambos ubicados en la colonia Centro de la ciudad. Si bien esto le da un sentido más apegado al *graffiti* que al arte urbano, se ve también como un control establecido en cuanto a las temáticas plasmadas y las diferentes críticas que se llevan a cabo, que incluso llegaron a caer en una censura, dejando este evento en una domesticación

Si, pero no del todo, te digo, fueron unas por otras, si no se pidiera al sector privado no se podría tener a las personas que traen, no solo a nivel nacional sino internacional, traen gente de todos lados y pues ahí se comparten cosas, y los espacios que les dan pues son importantes. Por otro lado si se han dejado llevar por la lógica estética que mencionábamos, solo buscan embellecer la ciudad siendo parte del discurso de lo bonito, lo bello y no dejan que nos expresemos de la forma que quisiéramos creando una respuesta en la gente, haciéndolos pensar; por ese lado si es diferente el Meeting of Styles (Entrevista a REST, mayo 2018).

Pero al igual que en el evento mencionado anteriormente, la agencia de los graffiteros continúa siendo visibilizada por diferentes formas, existe una apropiación de este discurso embellecedor a partir del *graffiti*, en la que se muestran sus diferentes caras.



Imagen 14
MIZOE en el Meeting of
Styles, 2018. Fotografía
de Jorge Oropeza



Imagen 15
MIZOE en el
Meeting Of
Styles, 2018. Fotografía de
Jorge Oropeza.



Imagen 16
MIZOE en el Meeting Of
Styles, 2018. Fotografía
de Jorge Oropeza.

Durante el evento hubo oportunidad de conocer a MIZOE, un agente graffitero invitado de Bélgica, que estaba de viaje por México; el intercambiar palabras con él ayudó a poner en cierto aspecto global la agencia específica desarrollada por los Agentes graffiteros de Nezahualcóyotl, también a distinguir esos elementos locales que se desarrollaron. MIZOE inició en el *graffiti* ilegal “Sí, como la mayoría de *escritores*. Inicias repitiendo tu tag en todos lados; cuando inicié, era joven y buscaba algo diferente. Yo me robé una lata y escribí mis iniciales, pero no me quedé ahí. Continué mejorando mis letras, haciéndolas diferentes, cambiando formas, el fondo, los colores, jugaba con todo eso” (Diario de campo, octubre 2018). Lo cual permite establecer una trayectoria similar a los diferentes agentes graffiteros pero que no representa la totalidad, desde el *graffiti* ilegal hacia el legal, tomado como pasos o procesos evolutivos. De la misma forma MIZOE, formaba parte de los agentes graffiteros que producen *graffiti* en sus dos vertientes: legal e ilegal “Terminando el evento, de camino al hotel, voy a dejar mi *tag* por donde pueda, no voy a desaprovechar la invitación y solo hacer esto” (Diario de campo, octubre 2018). Este testimonio hace presentes estas dos formas de producirlo en un evento principalmente enfocado en el *graffiti* legal.

En el evento se pudo observar cómo los agentes se apropian del espacio creado para un uso específico, no solo en cuanto a la creación de *graffiti* sino también en cuanto a la forma en que se establecen relaciones a través del *graffiti*. En las imágenes 3.16, 3.17 y 3.18 se puede ver cómo diferentes personas se acercan a MIZOE para intercambiar palabras, para tomarse una foto y/o para pedir el *tag*, esto último es importante puesto que muchas veces, al pedir el *tag* se plasma en los *black book* y al tener el *tag* de un invitado a un evento, se vuelve importante, incluso hay personas que acuden cada año solo para pedirlo, hagan o no hagan *graffiti*. Esto resulta importante para entender cómo un mismo espacio público transitado cotidianamente por miles de personas que acuden al Centro de la Ciudad de México, es momentáneamente modificado por las mismas instituciones para hacer ver un tipo específico de *graffiti*, reproducir las condiciones legales pero también los Agentes graffiteros generan su propio espacio, un espacio para el *graffiti*

ilegal y legal, un espacio para organizarse, establecer vínculos, ampliar redes, aprender y compartir técnicas o encontrarse con viejos conocidos. Los agentes que participan en los eventos haciendo sus índices-*graffiti*, tal vez tengan que adaptar su agencia a las necesidades de las instituciones pero en el evento, una vez ahí, se apropian de ese espacio y lo hacen suyo, un espacio de los agentes graffiteros; esto no solo pasa en el MOS, sino en diferentes eventos, sean en puntos céntricos o periféricos.

A manera de resumen, en este capítulo se habló de:

- a) Cómo en el municipio de Nezahualcóyotl, al igual que en otras partes de la Ciudad de México y municipios vecinos, el contexto migratorio ayudó a crear un espacio donde circulan diferentes elementos culturales, tanto tradicionales como modernos; posteriormente, esto ayudaría a que los agentes graffiteros tuvieran una variada cantidad de prototipos para reproducir o re interpretar en sus índices.
- b) El *graffiti* del municipio, al igual que las otras ciudades mexicanas mencionadas en el capítulo anterior retomó parte de otro tipo de *graffiti*, en este caso del *graffiti* territorial⁶⁰ y reivindicativo. Retomando solo los aspectos estéticos y/o de prototipo de estas dos, transformando el aspecto social de esta práctica en cuanto a ver, recorrer y reunirse en el espacio público.
- c) El *graffiti* ilegal comenzó a aparecer en la ciudad desde finales de los ochenta pero fue hasta el noventa y cuatro que hubo una fuerte aparición masificada y desde ahí comenzaría a aparecer cada vez más. Al tener una participación en movimientos políticos y estudiantiles los Agentes graffiteros buscan hacer del *graffiti* una forma de comunicar y explorar alternativas en las que se caricaturizan personajes políticos o símbolos nacionales.
- d) Las necesidades de los agentes graffiteros se fueron transformando conforme se exploraron alternativas, las motivaciones y las intenciones,

⁶⁰ Tanto la parte del placazo cholo, como la delimitación que utilizaban los grupos punks o chavos banda.

llevando así a que los agentes entraran en aspectos legales de intervención de los espacios, creando el *graffiti* legal, lo cual trajo varios cambios con respecto al ilegal.

- e) Hoy en día hay agentes graffiteros que participan en ambas condiciones de producción, hay también los que solo se centran en una, pero les es indiferente y otros que afirman que el *graffiti* es el que practican y el resto no es *graffiti*.
- f) Los eventos de *graffiti* son apropiados por los agentes graffiteros, convirtiéndose en un punto de encuentro y de realización de *graffiti* en sus dos vertientes.

Capítulo 4: Transformaciones en la agencia.

En el presente capítulo se analiza, desde la perspectiva de la antropología del arte y urbana presentadas en el primer capítulo, la forma en que se dan las relaciones y cómo se construye y/o configura la agencia, todo esto a partir de los elementos analíticos presentados por Alfred Gell, si bien ya fueron definidos, esto fue desde la perspectiva del autor; en un primer momento se redefinen estos elementos pero a partir de lo encontrado en el trabajo de campo y el trabajo de gabinete -presentados en el capítulo anterior-, teniendo así una mejor aproximación a los esquemas de agencia que se desarrollarán en el segundo apartado del presente capítulo. Esto combinado con las transformaciones que se dan en el espacio público, tanto en el aspecto físico, como en el aspecto social, sin olvidar que la categoría de *graffiti* está construida también desde un aspecto físico y un aspecto social.

Antes de empezar es conveniente resumir a grandes rasgos las propuestas sobre el espacio público empezando con la de Ramírez Kuri -sobre el cambio de época y las nuevas oportunidades y desigualdades-, de Angela Giglia -sobre las reglas y normas creadas para la convivencia en el espacio público- y de Delgado y Pedroza -sobre la importancia de la calle como elemento biográfico y de aprendizaje- para poder conectar los esquemas de agencia e introducir el Espacio público como elemento importante para la (re)producción de la agencia.

Como se mencionó en el primer capítulo, estas tres categorías fueron construidas de forma que Agencia y Espacio público estuvieran conectadas a la propuesta de Graffiti, construida a partir de diferentes autores.

4.1 La definición desde los Agentes.

Se parte de la propuesta de Alfred Gell (2016) sobre la agencia, categoría complementada con otros autores durante el primer capítulo, añadiendo no sólo la capacidad de los agentes de generar acciones y/o respuestas en su entorno (Gell, 2016) sino también la capacidad de transformación, como también el control, reinterpretación y/o movilización de recursos (Sewell, 2006), la capacidad de orientar las acciones futuras (Yopo, 2012).

Para el presente análisis se tienen una serie de relaciones entre los diferentes agentes en el espacio público. Recuperando lo dicho en el primer capítulo, el interés de esta investigación se encuentra en:

- a) Los agentes graffiteros, agentes que realizan sus prácticas de apropiación, disputa, transgresión en el espacio público mediante el uso de diferentes herramientas con las cuales hacen inscripciones legales o ilegales; también, en el espacio público, despliegan una serie de relaciones entre diferentes agentes, lo que hace que la agencia no solo se distribuya y/o se ejerza a través de sus inscripciones -y de éstas a los agentes- sino también directamente entre los agentes.
- b) Los agentes instituciones, entendidos tanto como órganos gubernamentales, políticos, académicos y artísticos; también como aquellos sistemas de normas y reglas que se instauran de manera hegemónica en el espacio público y que establecen un deber ser de y en el espacio público.

Pero no solo a partir de estos agentes se realiza el análisis, también se tiene índice, artista, destinatario y prototipo⁶¹, para continuar es necesario definirlos desde los agentes, desde los graffiteros.

⁶¹ Ver apartados 1.1.1.1 Índice, 1.1.1.2 Artista, 1.1.1.3 Destinatario, y 1.1.1.4 Prototipo respectivamente

4.1.1 Índice desde el graffiti (índice-graffiti).

El índice en este caso, es toda inscripción realizada por los agentes graffiteros sobre una superficie, en este caso se retoma a Mendoza para definir este aspecto

toda aquella inscripción realizada en cualquier superficie del entorno urbano, fija o en movimiento, con o sin voluntad artística, legal o ilegal, producida con diversas herramientas como el aerosol, plumones y piedras de esmeril, con una tipología definida a partir de *tags*, *bombas*, *wild styles*, tridimensionales (3D), caracteres y actualmente *Street art* (posters, estampas, estencil) (Mendoza, 2011: 45).

De esta forma se puede abordar una gran cantidad de inscripciones y entender cómo modifica el espacio público. Por otro lado, se tienen también algunos índices-*graffiti* que son realizados en entornos privados o para exhibiciones en galerías o museos⁶², por lo que se amplía un poco la definición para agregar que los índices-*graffiti* hoy en día son, también, aquellas inscripciones realizadas dentro de marcos institucionales -como galerías- que permiten a los agentes graffiteros conocer y acercarse a otros medios de producción diferentes a los que se habían dado en sus orígenes; estos nuevos contextos y medios de producción algunas veces chocan con los anteriores, generando diferentes tipos de relaciones entre los agentes graffiteros. Un aspecto importante a la hora de analizar el índice es la importancia del espacio que se va a ocupar, el *spot* es importante, ya que dependiendo de las condiciones de producción -ilegal o legal- en que se produzca un índice-*graffiti* será importante que ocupe uno u otro lugar en el espacio público. En el caso de ARCHIE, un agente enfocado en la variante ilegal del *graffiti*, realiza

⁶² En su obra, Sergio Raúl Arroyo habla sobre el *graffiti* que ha sido llevado a museos y galerías, también se puede observar cómo en Ghetting up. Hacerse ver, Craig Castleman encuentra una serie de organizaciones de jóvenes graffiteros que estaban incursionando en esta práctica. En ambos trabajos también es visible que el *graffiti* lleva a muchos agentes a ambientes laborales, sacándolo de su contexto en el espacio público; cabe señalar que la mayoría de las veces cuando esto sucede el *graffiti* pasa a ser una técnica -técnica de *graffiti*, técnica de aerosol-. Más adelante se habla sobre los agentes que se mueven en diferentes círculos tanto el laboral, como el ilegal y el legal.

principalmente *aéreo* y siempre busca que sus índices *graffiti* estén en lugares altos, entre más peligrosa sea la *misión* resulta más gratificante, e incluso los otros agentes graffiteros evalúan el índice a partir de lo peligroso y difícil de su realización, a parte también de los aspectos estéticos.

4.1.2 Artista desde el graffitero (Artista-Agente graffitero).

Por otro lado, se tiene al artista; será el agente graffitero que mediante su práctica va a distribuir su agencia en el espacio público -aunque también en entornos privados- generando una serie de respuestas y transformaciones. Cabe mencionar que existe una diferencia entre ser graffitero/escritor y hacer *graffiti* (Arroyo, 2015), en palabras de ARCHIE

(...) la neta una que otra gente lo hace más por moda o por darse la escena de estar ahí y pues sí, es parte del *show*; pero no es eso, no es eso. El pedo, la neta... sí le queda algo más chido, no nada más porque “ah por moda o quiera sentirme más vergas”, a mí no, no, ni en mi cabeza me pasa algo así *güey*, que mucha banda lo ve así acá, y a lo mejor es válido su punto de vista, pero yo no lo veo así *güey* pero hay mucha banda que sí *güey*, la neta nada más lo hace por moda o por estar en escena acá que haga fama. No, no está chido. La neta quieren tener popularidad, pero la neta yo no soy, no me late para nada; las redes sociales te ayudan para muchas cosas. A mí *güey*, principalmente lo uso, no porque me conozcan ni ser más famoso, no *güey*, lo hago para que se difunda más mi pedo, que lo conozca todo el país si se puede, bueno principalmente por tu casa en Neza y así *güey* (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

No queda muy clara esta frontera entre ser y no ser graffitero, en el caso de Pedroza Amarillas (2011) su investigación tuvo en cuenta sólo a escritores que tuvieran cierta temporalidad en el *graffiti*; por otro lado, algunos lo asocian con el estilo, una vez que se encuentra un estilo y que se es identificado por éste comienzan a ser considerados graffiteros

Cuando comenzamos a recorrer el evento GLOSAGRAFFIK empezó a reconocer los índices de otros graffiteros y asociarlos con su creador, le pregunté si era fácil hacerlo y respondió que el estilo de los que de verdad le dan *pesado*⁶³ se ve fácilmente, la gente que está siempre buscando su estilo es la gente que sabes que no está por moda (Diario de campo, noviembre de 2018).

Las diferentes vertientes o condiciones de reproducción que los agentes graffiteros pueden seguir son, como se ha señalado con anterioridad, por un lado está la vertiente ilegal, en las cuales la mayoría de agentes dan sus primeros pasos y comienzan a conocer todas las técnicas del aerosol, conocer las dinámicas culturales y sociales del *graffiti*; esta vertiente tiene sus propios medios de producción, circulación y recepción, la mayoría de las veces los agentes generan estos medios a partir de la apropiación y/o la transgresión del espacio público, en cuanto a la producción, establecen medidas, métodos y espacios para hacer circular su agencia. Esta circulación se da, generalmente, a partir de la transgresión y apropiación de los medios destinados a hacer circular diferentes mensajes e incluso mercancías como por ejemplo espectaculares, trenes, vagones del metro. Los agentes utilizan estos medios para hacer circular sus índices transformando su función; por último, la recepción en la vertiente ilegal se enfoca a otros agentes graffiteros por lo que cuando se llegue a la parte del destinatario se ahondará más.

Por otro lado, se tiene la vertiente legal, en la cual los medios de producción, circulación y recepción fueron ampliamente descritos en el capítulo anterior⁶⁴. A manera de resumen, los medios y condiciones de producción la mayoría de las veces se dan bajo marcos institucionales o para contextos laborales pero existen muchos otros. La circulación también se da bajo estos marcos, pero aquí puede existir la censura de los índices tanto por las instituciones como por los mismos agentes graffiteros. En palabras de REST: “Por eso cuando hacen un paisaje o unos animalitos bonitos, luego, luego, al otro día ya está lleno de bombas porque tratan

⁶³ Palabra utilizada para hacer alusión a el esfuerzo y dedicación que le dan los agentes graffiteros al realizar graffitis

⁶⁴ Ver apartado todo el apartado 3.2.1 Hacia el graffiti legal, donde se desarrollan éstos.

de decir a los que lo hicieron esto, que ese no es graffiti” (Entrevista a REST, mayo 2018), de aquí también se desprende la recepción que tienen los agentes graffiteros que optan por la vertiente legal, ya que muchas veces ocurre esto; por otro lado, la recepción se amplía puesto que los agentes graffiteros utilizan elementos estéticos que son más fáciles de interpretar por la población, pudiendo entablar un diálogo, ampliando así las relaciones en el espacio público. Durante el presente capítulo se ahonda en estas vertientes, por lo pronto es importante mencionar que el agente graffitero es, para esta investigación, el que ocupa el lugar de artista.

Es importante señalar que durante todo este trabajo se mencionaron diferentes concepciones o -si se quiere- tipos de *graffiti*: de escritores, territorial y reivindicativo; durante los capítulos dos y tres se hacía mención de los tres como parte de lo que conforma a los agentes graffiteros mexicanos; de ahí que se construyera esta propuesta: el agente graffitero se construye a partir de elementos de cada una de estas tres concepciones de *graffiti* teniendo como resultado su agencia actual, algunas veces tomando más de uno, pero siempre se encuentran estos tres elementos.

Del *graffiti* de escritores, proveniente de Nueva York, se toma la necesidad de estar en constante movimiento y hacerse ver en toda la ciudad⁶⁵, tomando riesgos y/o mejorando la calidad técnica. Dependiendo de las condiciones de producción que se hayan elegido se van a generar formas diferentes de recorrer la ciudad, incluso cuando se combinan estas condiciones de producción; también se toma mucho del desarrollo técnico y estético del graffiti de escritores y se lleva a nuevos caminos y estilos. Del *graffiti* territorial se toman también los aspectos estéticos de las letras cholas, la caligrafía utilizada por estos grupos del norte de México y el sur de Estados Unidos (Arroyo, 2015), creando una forma, una combinación con el *graffiti* de escritores y también, por el contexto, una serie de

⁶⁵ En el trabajo de Castleman (2012) se puede ver cómo los escritores- *writers*- ya empezaban a moverse por toda la ciudad. En Valenzuela (2012) se ve cómo los agentes graffiteros dejaban el barrio para realizar *graffiti* por todo Tijuana y lo mismo se puede ver en Arroyo (2015) donde en las secciones de entrevistas dan cuenta sobre cómo los agentes graffiteros fueron tomando distancia del aspecto vecinal del barrio para apropiarse y transgredir la ciudad entera, formar vínculos con otras ciudades y hacerse ver en esas ciudades

relaciones transfronterizas que permitieron distribuir el *graffiti* a lo largo de toda la frontera, teniendo como resultado una serie de relaciones específicas a partir de los índices, a veces rivalidades y a veces de apoyo (Valenzuela, 2012). Del *graffiti* reivindicativo se toma el sentido político, haciendo que los índices tengan una participación en diferentes movimientos contemporáneos como los descritos en el capítulo anterior⁶⁶ posibilitando otro tipo de relaciones y agregando elementos diferentes -contestatarios- a sus índices, lo cual frente a otros agentes graffiteros - como destinatarios- posibilitó que se fueran (re)produciendo estos elementos en mayor medida. A partir de estos elementos se define el agente graffitero y se puede observar cómo la agencia se va transformando a partir de la inserción de nuevos elementos.

Hoy se puede hablar de que un cuarto elemento se está insertando: el arte urbano. Una alternativa que permite moverse por medios más institucionalizados de producción y donde el *graffiti* pierde su parte transgresora pero mantiene, no siempre, el transmitir un mensaje de corte político; aquí se puede sumar la nueva ruta que toman los agentes, a partir del *graffiti* llegar a instituciones artísticas como escuelas de arte (Arroyo, 2012⁶⁷), REST comenta que:

Pues, primero que nada, te repito, hay un contexto diferente, entonces ellos actúan diferente frente a esto y no se puede seguir observando al graffiti como se observaba en... hace años. Por un lado, pues esto de la profesionalización ya hace que los chavos digan “ah, voy a entrar a una escuela para aprender a hacer esto” o “puedo estudiar diseño y dedicarme a esto” ya tienen acceso a diferentes medios que muchos de nosotros no tuvimos. (Entrevista a REST, junio 2018).

⁶⁶ Ver apartado 3.2.1 El graffiti ilegal donde se habla de la participación del graffiti en el levantamiento zapatista y las huelgas del Colegio de Ciencias y Humanidades, principalmente en el plantel Oriente, donde agentes como HUMO, SKAPE, SKETCH tuvieron participación y conocieron otros agentes lo que les permitió ampliar sus redes de apoyo y compartir conocimientos en cuanto a técnicas.

⁶⁷ En el trabajo de Arroyo, en las entrevistas puede observarse cómo estas nuevas generaciones no siempre parten de la forma tradicional de *formación*, en la entrevista con LUPUS incluso se habla de cómo se inicia en el *graffiti* ilegal pero una vez que se presenta la oportunidad ingresan al sistema educativo.

Respondiendo así al cambio de era y el cambio en las oportunidades y accesos que esto conlleva (Ramírez, 2016).⁶⁸



Cuadro 5 Propuesta de Agente graffitero. Jorge Oropeza

4.1.3 Destinatarios en el graffiti

Por otro lado, se tienen los Destinatarios, que para esta investigación el enfoque se hizo sobre dos: agentes graffiteros y agentes instituciones, los cuales ya fueron definidos en páginas anteriores. A partir de las interacciones que estos dos agentes tenían se realizó la mayor parte del análisis tanto a) entre agentes graffiteros y otros agentes graffiteros, como b) entre agentes graffiteros y agentes Instituciones y, por último, c) entre agentes instituciones y agentes graffiteros teniendo como resultado los mayores cambios que se han generado en la agencia de los graffiteros, ya sea en la variante legal o ilegal. En la relación (a) se ven redes de apoyo y agrupamientos *-crews-* donde el “saber de la calle” (Pedroza, 2016: 119) toma un papel importante puesto que es ahí donde se van a intercambiar distintos tipos de conocimientos, técnicas e invitaciones; tanto en las condiciones de producción ilegal como en la legal, se desarrollará más en detalle en las siguientes páginas. En la relación (b) se tienen principalmente las transgresiones a la propiedad privada y

⁶⁸ Será importante observar cómo se va transformando la agencia a partir de este nuevo elemento, ver cómo las nuevas generaciones de graffiteros se apropian de la ciudad, la transgreden desde este elemento, ver cómo las generaciones con larga trayectoria van reaccionando; cómo las relaciones en el espacio público se modifican y qué nuevos agentes entran en el diálogo.

federal como se observó en el capítulo anterior⁶⁹, estableciendo disputas entre estos dos agentes, aunque también se pueden incluir aquellos diálogos en donde se negocia el permiso para intervenir algún espacio o realizar un evento, al respecto REST comenta que “ pues ahí está el Centro Regional de Cultura, primero llegan a pedir permiso ahí para organizar un evento y ellos les ayudan a conseguir permiso para pintar toda la zona” (Entrevista a REST, junio 2018). Ambos tipos de relaciones establecidas con las instituciones que los agentes graffiteros pudieran desarrollar diferentes modos de realizar sus índices, modos de interactuar en el espacio y ampliar las redes de apoyo. En la relación (c) se tienen aquellas donde desde las instituciones se intenta establecer un diálogo, muchas veces control, sobre los agentes graffiteros, por un lado, implementando medidas de seguridad como unidades antigraffiti (Castleman, 2012; Pedroza 2010; Valenzuela, 2012) y por otro estableciendo control a partir de la creación de eventos o expo graffiti, buscando hacer visible una cara “deseable” de *graffiti*

Hoy en día cuando vas a un evento lo que te piden es un boceto y te dicen que si no cumple con los requisitos o no le gusta a los jueces, porque hay varios jueces que ven tu trabajo, pues que dicen que no; ya solo te dejan pintar lo que más se vende y ¿qué es? Paisajes, animalitos. Ya pierde toda esta cuestión crítica o de transgresión del graffiti. (Entrevista a REST, junio 2018).

Generando un mensaje de que el espacio público está abierto al *graffiti*, pero no a todo, solo al graffiti decorativo como menciona REST, brindando apoyos y difusión, pero domesticando⁷⁰, apegado a los discursos del deber ser del espacio público y las reglas de urbanidad que tiene la ciudad, generando respuestas de apropiación por parte de los agentes graffiteros.

⁶⁹ Ver apartado 3.2.1 El graffiti ilegal

⁷⁰ En el capítulo anterior se habló de esta domesticación; para profundizar más en la perspectiva de domesticación revisar Arroyo (2015) donde en las secciones de entrevistas muchos agentes hablan sobre la domesticación del graffiti.

Durante el trabajo de campo realizado en los eventos de *graffiti*⁷¹ se pudo observar una constante y es que muchas veces los agentes graffiteros se reúnen al finalizar el día y recorren las inmediaciones para realizar *graffiti* ilegal o incluso, algunos agentes graffiteros que se enfocan en la vertiente ilegal llegan para hacer presente el *graffiti* ilegal en el *spot* del evento.

4.1.4 El prototipo en el *graffiti*.

Por último, en el prototipo se encontraron diferentes aspectos. En un principio se definió sólo como aspectos propios del imaginario, las representaciones y las identidades que conforman al índice, conforme la investigación fue tomando rumbo hubo necesidad de dar más importancia a este aspecto puesto que muchos índices-*graffiti* contenían un prototipo escondido. Cuando en el capítulo anterior⁷² se habla sobre el aspecto político y la (re)creación y (re)interpretación de personajes caricaturizados desde la variante ilegal primero y luego desde la variante legal, los prototipos fueron parte importante para poder analizar la agencia y poder ver desde dónde y cuándo vienen los aspectos actuales de ésta. Cuando se describe la participación que tuvieron los agentes graffiteros en los movimientos políticos se puede observar cómo empezaron a idear formas creativas de representar diferentes aspectos de la vida en México, en el siguiente fragmento se observa esto.

Entonces empecé a usar cosas de humor, de política y de lo social. Una vez hice un muñequito que era mi caricatura, era yo, y fue cuando vinieron unos cuates de España y de no sé dónde, entonces estaba así como el HUMO en chiquito, en caricatura, diciendo “Bienvenidos a México”. Y en el fondo había una señora gorda, rubia, vestida de prostituta, y un señor abrazándola con un traje y la banda presidencial, con el dinero en la mano, y la prostituta en la mano tenía la balanza, ¿no? Entonces eran la Justicia y el Gobierno. La gran puta y el gobierno manipulándola. Haciendo de la justicia lo que se le diera su gana. Entonces en cuestión visual era algo chistoso, pero

⁷¹ Ver apartado 3.3.3 Eventos de graffiti

⁷² Ver apartado 3,2,1 El graffiti ilegal

inconscientemente se mete un madrazo (Entrevista a Humo. Recuperada de Arroyo, 2015: 128-129).

Se observa cómo se comenzaron a utilizar y caricaturizar diferentes elementos simbólicos del entorno de los agentes. Y no solo fueron utilizados elementos del imaginario, sino que también se utilizaron elementos de la cultura popular, principalmente de series animadas y cómics, al respecto REST comenta que:

Pues los comic , toda esa onda de los comic, de las tiras cómicas; bueno de los comic hablando en especial de Spider man y todo eso no. Me gusta también lo que es el manga, es todo el dibujo, y yo creo que eso te lo va a decir cualquiera, el dibujo como tal es una influencia muy fuerte.(Entrevista a REST, Marzo 2018).

De esta forma hubo una masificación de los prototipos usados en el *graffiti*, al mismo tiempo que se iba dando el *graffiti* legal, razón por la cual muchos agentes fueron atraídos hacia esta variante. Por último, se tiene el prototipo como un condicionante del índice o el artista⁷³, en este caso se encontró que cuando se lanzan convocatorias de eventos de *graffiti* muchas veces los agentes graffiteros están condicionados por los organizadores de los eventos y los jueces, quienes deciden quién participa y quién no, de esta forma se genera un prototipo anterior al artista o al índice; no solo en el contexto de los eventos sino también en otros espacios abiertos en el *graffiti* legal, donde se busca tener una buena imagen creada desde *el barrio* para conectar a y con la población, como fue mencionado en páginas anteriores, se busca dar la imagen del *graffiti* deseado y desplazar el *graffiti* no deseado -ilegal- a otros lugares; un último ejemplo es el *graffiti* por encargo, donde tanto REST, como ARCHIE han participado. En el caso de REST el primer contacto que se tuvo con él fue creando una *pieza* para un coleccionista donde se pudiera ver el desarrollo del *graffiti*, al ser una *pieza* que sería vendida dijo que no se le podía tomar fotografía hasta que el dueño lo autorizara. Por otro lado, ARCHIE ha

⁷³ Gell (2016) desarrolla una serie de ejemplos donde el prototipo sale de los elementos mencionados (representaciones e identidades) y es éste el que condiciona al índice o al artista para crear un índice, ver páginas 95 y ss. del autor para profundizar más.

realizado *bombas* en diferentes establecimientos como bares, pulquerías y barberías de la zona oriente del Estado de México.

4.2 Sustitución de valores

Una vez que se han definido desde los agentes los elementos para analizar la agencia, tocaría hablar de cómo se conectan éstos para poder realizar dicho análisis. Desde la propuesta de Gell (2016) se construyen los “árboles de agencia”⁷⁴, para estos hay que tener en cuenta las definiciones de agente y paciente⁷⁵ donde el segundo es definido como un agente primario que va a recibir la agencia⁷⁶. Durante las siguientes páginas se utilizará (A) para Agente y (p) para paciente.

El orden de presentación de las relaciones es: primero en el contexto de las condiciones de producción ilegal y luego en el contexto legal de producción de *graffiti*. Dada la cuestión del índice y la importancia del spot en este, cuando se hable de índice se hace referencia también de la forma en que está en el Espacio Público.

4.2.1 En el graffiti ilegal

La primera relación sería: Artista (A) → Índice (A) → Destinatario (p) donde los primeros dos son agente graffitero y *graffiti* respectivamente, y el segundo es otro agente graffitero. Se observa un primer agente graffitero que crea un índice en el espacio público, lo que, como se menciona anteriormente, genera una serie

⁷⁴ Ver páginas 99, 100, 110, 115 de “Arte y Agencia. Una teoría antropológica”, donde el autor enlaza estos elementos de análisis de la agencia para establecer otras rutas descriptivas en torno a diversas creaciones humanas (índices).

⁷⁵ Ver apartado 1.1.2 Agente-Paciente.

⁷⁶ Ver apartado 1.1.1 Agencia. La agencia es también una relación de poder, una movilización de poder en la que uno detenta la agencia y otro es un receptor (paciente). Revisar Sewell (2006) y Ortner (2016) para profundizar.

de relaciones específicas. La primera de ellas es entre agentes graffiteros que van iniciando o están siendo atraídos por el *graffiti*, en su contexto próximo, la calle, observan estas transgresiones, intervenciones y/o apropiaciones del espacio público. En el caso de REST y de muchos otros agentes, es en el espacio público donde encuentran esta atracción

En un inicio me llamó mucho la atención el sentimiento de pertenencia, el sentirse parte de una comunidad, en ese entonces me gustaba la onda de los cholos y todo eso ¿no?, y ya me empecé un poco a inmiscuir más, conocer gente y pues más que nada era, sobre todo eso, ya ahora que lo ves más en perspectiva, el sentimiento de pertenencia no, de querer pertenecer a un grupo social que no se el común no, o que no sea como ¡ah, todos son lo mismo! ¿no?, como que quieres desencajar un poco, salir un poco del molde que todos están siguiendo, y en ese sentido yo encontré en estos grupos como una especie de empatía por eso me agradó mucho como esta onda, me gustó mucho como lo que hacían, los murales que pintaban, te estoy hablando del 96, 97, 98 principios de la secundaria y cuando salí de la primaria y estos grupos de cholos están en las calles pintando y haciendo murales (Entrevista a REST, mayo 2018).

De esta forma, se observa cómo en el espacio público estaba esa opción de pertenecer a un grupo diferente, un grupo que provee de redes de apoyo y aprendizaje, una forma no solo de estar en el espacio público sino también de pertenecer.

Por otro lado, también está la relación establecida con los agentes graffiteros que ya tienen una trayectoria, en el caso de ARCHIE quien por los *aéreos* de ATEO inició en este tipo de *graffiti* ilegal, sirviendo de inspiración para subir a diferentes lugares de difícil acceso y mucha visibilidad

Yo inicié pues por el ATEO carnal, si ese *güey*. Pero me aplicaba esa de, al chile esa palabrita siempre se me quedó, me decía “pues si carnal, seré todo lo que quieras, pero yo al chile si me subo carnal” y esos son huevos y no por ser vergas sino por orgullo personal, esos son huevos, subirte a los *aéreos* es como un, esos son huevos decía “ese carnal si tiene huevos cómo le hizo *güey*” hijo de la verga, si ese pedo. Y si me, en ese aspecto era un tipo. Ese *güey* un es un pesado, yo la neta cuando inicié

yo tenía unas acá, pero no *güey* ora sí que ya voy a eso *güey* ahora que ya estoy más concentrado que ya empecé acá y allá *güey*, dos que tres chambas que tenga voy a comprar unas cajitas y *yagüey*, porque lo pesado está allá adentro, si *güey* la zona de graff, al chile los pesados están en el centro (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

Pero estos dos ejemplos no se quedan en el paciente como punto final de la agencia, sino que dejan ver cómo continúa fluyendo la agencia, esa relación de agente-paciente no se detiene, sino que permite que el paciente se vuelva agente en un segundo momento, a partir de esto la relación sería:

$$\text{Artista}^1 (A) \rightarrow \text{Índice}^1 (A) \rightarrow \text{Destinatario (p/A)} \quad \text{Artista}^2 \rightarrow \text{Índice(A)}^2$$

De esta forma el uso de (p/A) dota de capacidad de transformación y acción al paciente convirtiéndolo de Destinatario a Artista y generando un índice a partir de su agencia, también es observable que el primer artista actúa como influencia, en el caso de ARCHIE es muy visible puesto que comienza a realizar *aéreo* por influencia de ATEO quedando: Artista¹= ATEO, Artista²= ARCHIE. En el fragmento citado de la entrevista con ARCHIE se observa cómo la forma en que se relacionaba con ATEO estaba mediada principalmente por los Índices que creaban, las redes de apoyo y aprendizaje fueron tan importantes y que aún hoy, después de haber muerto ATEO, ARCHIE sigue acompañando sus *aéreos* con el *tag* o una *bomba* de ATEO. Estos dos agentes graffiteros construyeron en el espacio público una forma específica de uso y apropiación (Ramírez, 2016). Cabe señalar que en este caso la mirada se centró en la relación específica entre estos dos agentes pero se podría aplicar la misma situación a los agentes Graffiteros que, en su cotidianidad ven *graffiti*, y se sienten motivados a subir a esos lugares de tan difícil acceso; lo mismo sucede en la variante legal del *graffiti* en donde al realizar alguna pieza, *character*, mural, etc. dejan el índice en el espacio público para que los Destinatarios⁷⁷ puedan

⁷⁷ En el caso del graffiti legal se puede argumentar que tiene más destinatarios, ya que utiliza elementos estéticos y estilísticos más legibles para el grueso de la población, algunas veces los agentes graffiteros al realizar un índice-graffiti en condiciones legales se centran en que la población

observarlo o incluso como el evento Tu Estilo Es El Mensaje donde se utilizaron las paredes internas y externas de una escuela primaria para realizar el evento⁷⁸, los índices estaban ahí para generar respuestas (Gell, 2016), transformaciones (Sewell, 2006) y acciones (Ortner, 2016) sobre futuros agentes graffiteros, como en el caso de REST pero en un contexto de graffiti legal.

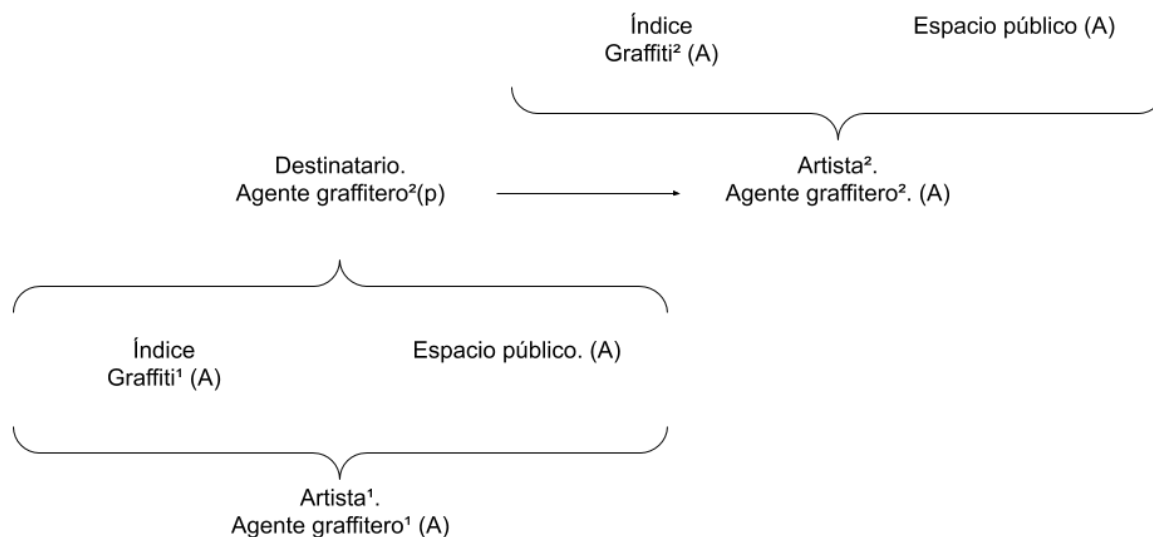


Figura 2. Árbol de Agencia 1. A partir de la propuesta de Alfred Gell se construyeron diferentes árboles de agencia. En este se presenta una relación básica entre los Agentes graffiteros -Artista-. El orden en que aparecen los elementos es el siguiente: 1) en la parte superior el elemento de análisis en la propuesta de Gell; 2) El elemento de análisis dentro del graffiti y 3) Según corresponda se colocará una A en caso de que el elemento esté en función de Agente o una p si el elemento está en función de paciente, ambas entre paréntesis para evitar confusiones. Cabe señalar que en todos los árboles Espacio público siempre aparece al lado del índice, esto debido a la propuesta de entender el espacio público como un espacio creado por Agentes, un Índice.

En la figura -árbol de agencia- queda mejor entendido lo anterior y entra el espacio público como agente, al igual que el índice, esto debido a que el agente graffitero busca hacerse construir y adaptar el espacio público a su agencia, haciendo de su *graffiti* algo que genere una respuesta en el otro -para la

en general sean sus destinatarios y no solo otros agentes graffiteros. Ver apartado 3.2.2 Hacia el Graffiti legal, donde se profundiza sobre esta cuestión.

⁷⁸ Ver apartado 3.3.3 Eventos de Graffiti

investigación. Ese otro, es principalmente otro agente graffitero- se busca generar algo en él; el índice al encontrarse en el espacio público y recordando que el espacio público es, también, producto de la agencia⁷⁹, aparece al lado. Cuando aparecen Índice Graffiti-Agente-Espacio público están unidos por líneas evidenciando una conexión entre los extremos como agentes, siendo extensión de la agencia del artista. Cuando aparece el Destinatario la flecha indica la transformación en artista, aquí se condensan tanto los agentes graffiteros ya consolidados como los que están siendo atraídos, en ambos se generan intenciones y/o respuestas, convirtiendo, no siempre, al destinatario en agente, generando un índice a partir de esto. De esta forma se generan relaciones a través de los índices que contienen la agencia del Artista, posibilitando la reproducción del graffiti a través de la personalidad distribuida (Gell, 2016) en el espacio público; estas también pueden desencadenar relaciones entre los agentes de forma personal en este sentido ARCHIE comenta que “(...) la mayoría de las veces, la mayoría; o que ya me conozcan o que lleguen a pasar unos que yo conozca en el ámbito de la calle “a ya te vi, allá hay uno, hiciste tus bombas” ajam (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

En este punto se puede objetar si el espacio público es paciente o agente, pero en esta relación específica resulta ser agente puesto que genera una relación estructurante (Delgado, 1999) que surge a partir del índice, el agente graffitero busca permanecer el mayor tiempo posible, hacerse ver, estar ahí en el espacio público, dependerá de muchos factores si se mantiene⁸⁰ pero una de las principales razones es dejar una huella⁸¹,

Y yo quisiera hacer de mi graffiti una forma de, tengo muchos puntos de vista, pero si me gustaría ser más ser eterno *güey*, ya sea porque mi *crew* me siga pintando mis

⁷⁹ En el apartado 1.2 Antropología Urbana y Espacio público se habla sobre la construcción de la vida urbana y lo urbano, del espacio público como contenedor físico y simbólico de las relaciones, todos estos como resultado de la agencia.

⁸⁰ Recordando que el graffiti puede ser demasiado efímero o resistir los años (Arroyo, 2015). Más adelante se analiza la relación establecida a partir de *pisar* y las respuestas de las instituciones.

⁸¹ En diferentes entrevistas revisadas en Arroyo (2015) se puede encontrar cómo varios agentes graffiteros dejan ver este punto sobre dejar huella.

bombas o porque mis bombas sigan existiendo, no sé, dejar marca, dejar una huellita ahí que *ora* sí que, no personalmente o tanto por la banda porque si es válido eso *güey* pero más por lo que te platico de mi jefa, yo quisiera que pues, toco madera *güey*, a nadie se le desea nada malo, a nadie le va a pasar algo malo pero pues, yo si me quisiera ir antes que mi jefa (...) Exacto, si, la neta sí, a lo mejor si no era tanto por ahí pero si *güey*, ora sí que, es lo que me motiva, lo que me hace vivir (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

En este ejemplo el espacio público específico -el *spot*- puede ser muy variable, por lo general, en la variante ilegal de producción de *graffiti* las superficies del espacio público son utilizadas como medio de circulación y muchas veces se transgrede por completo el uso específico de éstas; como ya se ha mencionado, el *graffiti aéreo* se realiza sobre espectaculares principalmente, los agentes graffiteros ilegales se apropian de estos medios de circulación de mensajes propagandísticos y de publicidad para hacerse ver en la ciudad, también son apropiados los trenes que posibilitan otro tipo de relaciones entre agentes de diferentes estados, al hacer circular las *bombas* y *tags* de los agentes.

En este primer caso el espacio público aparece igual en ambos momentos puesto que es el mismo espacio de relaciones, pero no quiere decir que se haya utilizado el mismo espacio -físico-, en caso de que esto ocurra, el árbol se transforma completamente.

Se puede agregar una variante a la anterior relación, si se sustituye el destinatario -agente graffitero- por otro, mencionado anteriormente: agente Instituciones. Quedando el árbol de agencia plasmado en la Figura 3.

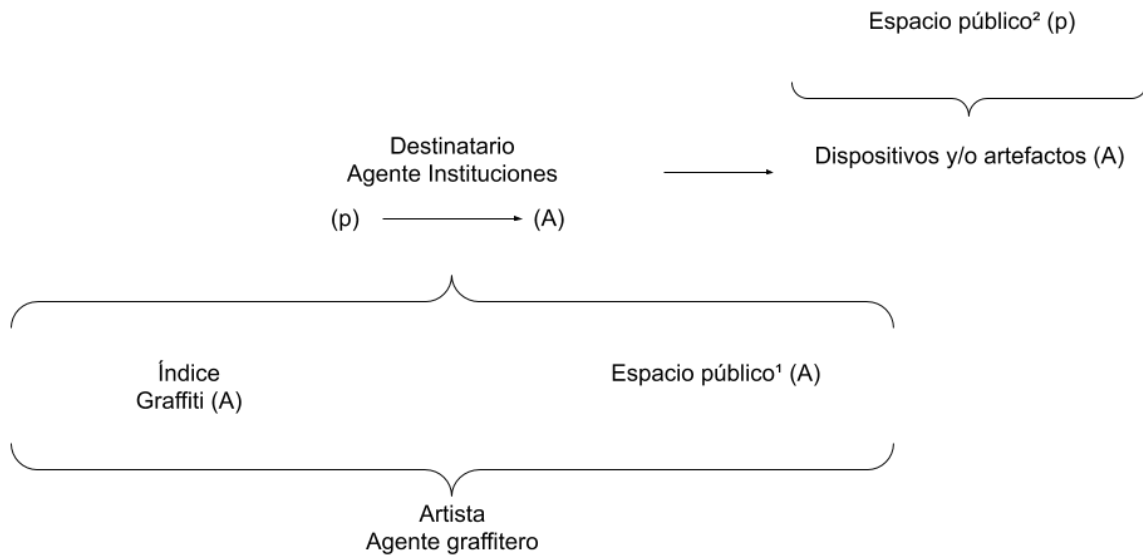


Figura 3. Árbol de Agencia 2. En este caso se toma como Destinatario a las Instituciones que en un primer momento aparecen como paciente (p) y después como Agente (A), esto debido a las acciones que deciden emprender para contrarrestar al graffiti, acciones que aparecen como Dispositivos y /o artefactos, creando así un nuevo Espacio público; este último aparece como paciente frente a las Instituciones y sus acciones. Hay que señalar que Agente Instituciones en ningún momento deben ser considerados artistas así como los Dispositivos y/o Artefactos no pueden ser considerados Índices, esto no por la falta de Agencia sino para evitar crear confusiones en la investigación -posiblemente puedan ser utilizados con cierto cuidado-.

La primera parte del árbol se mantiene igual: el Artista crea un índice en el espacio público, estos están como agentes. Al apropiarse del espacio público, los agentes graffiteros crean una nueva forma de ser y estar en este, formas totalmente diferentes al discurso del deber ser en y del espacio público institucionalizado, de forma que las instituciones son pacientes frente a los Artistas -agentes graffiteros⁸²-; pero como se ha visto, los destinatarios son potenciales agentes -al igual que los pacientes- de esta forma, frente a esas apropiaciones del espacio público que están *fuera* de lo permitido, los agentes Instituciones reaccionan. En el árbol está ejemplificado con la flecha que apunta desde el Destinatario hacia los dispositivos

⁸² Hay que destacar que no son los únicos agentes que rompen con este discurso, aquí se podría hablar de los artistas urbanos y/o callejeros, de vendedores ambulantes, personas en situación de calle y un enorme etcétera que constituyen una forma específica de habitar las ciudades, de estar en el espacio público y de relacionarse a través de éste, razón por la cual quedan fuera del discurso y por lo tanto quedan como indeseables en el espacio público (Giglia, 2020).

y/o artefactos, estos son entendidos como medidas de seguridad, cambios a las leyes, creación de unidades especiales enfocadas a la captura de agentes graffiteros e incluso, como se verá más adelante, creación de eventos de *graffiti*⁸³; se modifica el discurso para criminalizar⁸⁴ a los agentes graffiteros, se afirma que es un indicador de pobreza y de que es la entrada al mundo del crimen (Castleman, 2012). De esta forma el espacio público se reestructura al implementar estas nuevas reglas y normas de estar en él, por esta razón el espacio público aparece como paciente, es un receptor de esa estructuración, la cual es diferente a la que se menciona cuando un agente graffitero trata de estructurar el espacio con su índice, cuando se crea un dispositivo de este tipo -desde las instituciones- el discurso que lo acompaña afecta a todo el espacio público, todo lugar físico en el que se pueda realizar un índice se ve afectado; mientras que cuando un agente graffitero crea un índice solo los espacios cercanos se ven transformados. Este discurso generado no encaja en los usos y apropiaciones del agente.

Aquí se puede rescatar el aspecto reivindicativo del *graffiti*, retomando lo dicho en el capítulo anterior⁸⁵, cuando las protestas sociales son acompañadas de *graffiti* el principal destinatario son las instituciones, se busca hacer visible el rechazo que se tiene del actuar de éstas, también se vio cómo las protestas estudiantiles y del movimiento zapatista fue aprovechado por diferentes agentes graffiteros para poder establecer redes de aprendizaje y a la vez participar en éstos (Arroyo, 2015; Pedroza, 2010).

El más importante de éstos es la unidad antigraffiti que desde los inicios del *graffiti* de escritores (Castleman, 2012) fue implementado para contrarrestar y controlar la producción de *graffiti* en la gran manzana, esta unidad tuvo poco impacto en la producción de *graffiti* puesto que los Agentes comenzaron a organizarse de forma más eficiente dividiendo el trabajo. En Tijuana se implementa

⁸³ Revisar Arroyo (2015) Castleman (2012), Pedroza (2011), Valenzuela (2012) en todos estos trabajos se dedican incluso capítulos a estas medidas -artefactos y dispositivos- empleadas por los Agentes Instituciones.

⁸⁴ Los trabajos de Castleman (2012), Pedroza (2011) y Valenzuela (2012) retoman este discurso de la criminalización de los agentes graffiteros y la forma en que trataron de desplazarlos de espacios de encuentro

⁸⁵ Ver apartado 3.2.1 El graffiti ilegal.

esta misma medida (Valenzuela, 2012) para controlar a los agentes y de igual forma la respuesta por parte de éstos últimos fue una mejor organización a la hora de salir a *taggear* la ciudad; en la Ciudad de México sucedió lo mismo (Pedroza, 2010) se implementaron medidas de seguridad y unidades especiales para controlar esto, el discurso llegó a tal punto que en algunos de los espacios de encuentro que habían establecido los agentes se tomaron medidas para que no tuvieran acceso (Pedroza, 2010).

En el siguiente fragmento, ARCHIE comenta cómo son estos procesos de organización:

Ya tiene mucho tiempo que no hago solo *güey*, si ya por, la mayoría de las veces ya con alguien, un 18 mínimo *güey* o con la banda que de hecho ya estamos organizando más ese pedo ahorita con la bandita, pero antes si era solo. Cada vez agarraba mi baica y me iba y ponché spot chidos *güey* la neta, y los agarraba y le, la parqueaba, la amarraba y ya me subía y pintaba. Por eso perdí el miedo al graffiti desde un principio porque yo si me iba solo *güey* o estaba solo, porque luego venía de chamber de acá de allá y decía pues ahora es cuando y ya. Pero ahorita si es como que ya más con la bandita porque pues te digo que me gusta jalarlos *güey*, me gusta estar con la bandita, soy bien acá en mis pedos, ando chamberando pero yo en mi mundo no, porque también me late estar solo pero en el graffiti ya tiene rato que no lo hago pero si ahorita ya lo hago más con la banda *güey* (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

De esta forma se ve como cuando ARCHIE comenzaba a salir a las calles era más fácil salir en solitario y hoy en día es más complicado hacerlo, menciona que “mínimo con un 18”, una persona que le avise en caso de que la policía se acerque y pueda escapar; por otro lado aprovecha la necesidad de ir acompañado para *quemar spots* con los nuevos integrantes -no siempre nuevas generaciones- de su *crew* y que ellos comiencen a hacerse ver, buscar un estilo diferente y dejar huella del paso, no solo de manera individual sino también del *crew*.

En este segundo fragmento se puede observar cómo es la organización en las reuniones del *crew*:

¡Ah pues nos organizamos! la banda que pues va iniciando pues echamos la mano a rellenar *güey*, *ora* sí que, si vamos a un spot y cada quien quiere aventar lo suyo, pues que cada quién aviente lo suyo no. Pero si ya vamos a aventar un pues, por lo regular es aventar unas del *crew güey* porque es lo que queremos ya hacer, de que empecemos a irnos como ilegales, ya irnos organizados y pues andamos aprendiendo en ese aspecto, no todos estamos al cien. Todos tenemos la idea y todo pero pues no todo es eso sino la organización como sepas...este, organizar y acomodar bien a tu gente, acomodarnos todos [...] Y pues en la pinta es así, si vamos como tema libre pues sin pedos porque de hecho siempre es así, lleva tu mate (material) ora sí que tú organízate, llevate tu mate o la banda pues ahí nos organizamos y tú aviéntate tus bombas sin pedos has lo que tú quieras, pero ya en el *crew*, en las del *crew*, en las más tops por decir así ya pues ora sí que los nuevos que nos ayuden a rellenar *güey*, pues *ora* sí que vayan aprendiendo para que la *bomba* no la dejemos mal porque pues *ora* sí que a todos, como todo, cuando hagas un trabajo hazlo bien, la neta, diría la banda, mi barrio: culero pero parejo carnal, pero que se vea bien (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

Continúa el organizarse de manera más eficiente frente a los dispositivos de seguridad y control y esta organización es aprovechada para establecer redes de aprendizaje con las nuevas generaciones de agentes graffiteros, la idea de los aprendizajes de la calle (Pedroza, 2016) y la reivindicación de la calle como espacio para la creatividad y la emancipación (Deldago, 1999). Estos aspectos llevan a convertir el último elemento del árbol de agencia -el Espacio público (p)- en Agente, acompañando a los Artistas y los índices como nuevos Agentes, en el sentido de que han tenido que transformar su agencia para poder hacer frente al discurso y las prácticas de las instituciones sobre el espacio público, quedando la segunda parte del árbol de la siguiente forma:

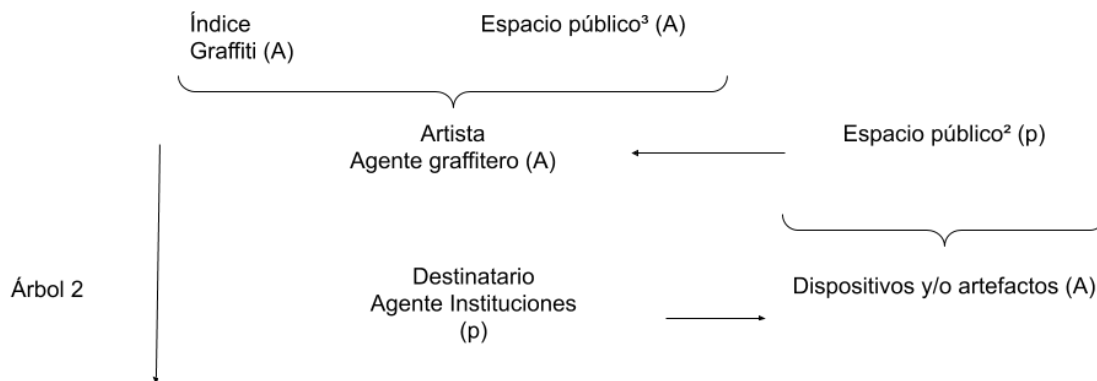


Figura 4 Árbol de Agencia 2.1. Se retoma desde el momento en que Espacio público² aparece como paciente (p), es el resultado de los Dispositivos y/o artefactos. Esto hace que el Artista tenga que adaptarse a las nuevas condiciones del Espacio público, creando una nueva forma de moverse en él mientras mantiene su Agencia a través de los Índices-graffiti.

El espacio público aparece como uno nuevo, resultado de la apropiación, de la transformación y las transgresiones a los dispositivos y/o artefactos de las instituciones, una respuesta de los agentes graffiteros -Artista-.

Cuando un agente graffitero realiza su índice sobre un índice, principalmente en contextos ilegales de producción, se ataca a la imagen del agente graffitero que realizó el primer índice-*graffiti*, esto es conocido como *pisar*. A saber, la relación quedaría de la siguiente forma:

$$[\text{Índice}^1 (p) \rightarrow \text{Prototipo} (p)] \rightarrow \text{Artista}^2 (A) \rightarrow \text{Índice}^2 (A) \rightarrow \text{Artista}^1 (p)$$

El índice¹ sirve de prototipo para el Artista², es decir que Artista² pretende cortar con el hacerse ver de ese primer Índice, en el cual está guardada la agencia del Artista que lo creó, por esta razón se encuentra al principio de la relación y entre corchetes; este prototipo es paciente frente al agente Graffitero -Artista- por lo cual sabe que al *pisar*lo con un índice afectará a la imagen del Artista¹, el cual puede o no hacer un nuevo índice sobre los índices del Artista². Aquí se observa mucho del *graffiti* territorial puesto que es de este donde se ven las declaraciones de lucha y

disputa por territorios a partir de pisar la placa de otro barrio⁸⁶. En este caso específico se puede ver cómo el pisar inicia largas disputas entre agentes graffiteros y debido al auge de las redes sociales virtuales -FaceBook, Instagram, etc.- como medio de circulación del *graffiti*, el pisar a alguien puede quedar grabado por años a pesar de que solo haya durado unos días la *pisada*.

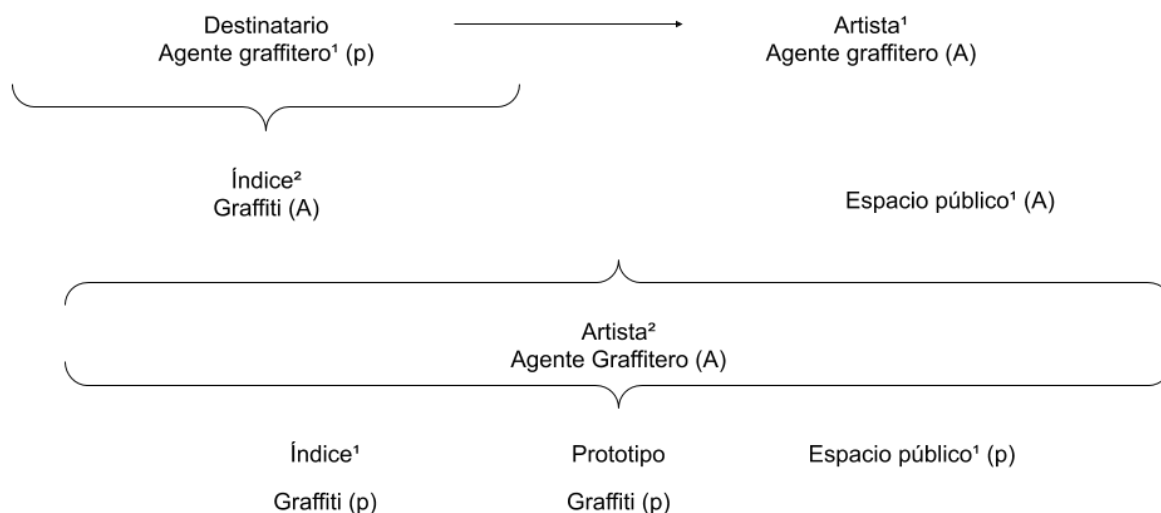


Figura 5 Árbol de Agencia 3. En este caso se parte desde un Índice-graffiti ya elaborado y aparece el prototipo como elemento simbólico que guarda la Agencia de otro Artista, en esta parte todos los elementos son pacientes (p). Aparece un segundo Artista como Agente (A) y realiza un nuevo índice sobre el anterior. Este nuevo Índice tiene como Destinatario al Agente graffitero que realizó el Índice-graffiti del que se parte. La respuesta que tenga este primer Agente graffitero puede variar demasiado por esa razón se finaliza el árbol en este punto.

En el anterior árbol de agencia se observa la relación más extendida, el Espacio público está en relación directa con el índice, cuando uno es paciente, el otro también lo es y cuando uno es agente, de igual forma, el otro es Agente. Siguiendo a Manuel Delgado (2003) el espacio público está transformándose constantemente y actúan elementos que lo mantienen -estructuran-, ambos

⁸⁶ En el trabajo de Castleman (2012) ya era visible esta situación sobre pisar e incluso se recupera una experiencia sobre BLADE quien le declara la guerra a todos los writers de Nueva York. En Valenzuela (2012) también es visible esto, pero más aterrizado a el graffiti territorial usado por los cholos de Tijuana. Por último, en Arroyo (2012) se recupera la experiencia de MARA CHULO, un agente que utiliza el graffiti territorial para marcar los territorios de la Mara, organización criminal centroamericana.

elementos actúan constantemente, Gell (2016) también entiende la agencia de esta forma, es un elemento tanto para mantener el marco establecido como para cambiarlo, modificarlo o transformarlo. De esta forma se comprende que el *graffiti* [índice], elemento a través del cual los agentes graffiteros [Artistas] hacen visible su agencia como *objeto de arte*, estén siempre relacionados. En el árbol de agencia los elementos Índice, prototipo y Espacio público del fondo, se presentan como pacientes por estar estructurando -el mayor tiempo posible- el espacio público, en ese hacerse ver el mayor tiempo posible también va implícita la fugacidad. La mayoría de los agentes graffiteros saben que sus índices tienen una temporalidad variable, en el siguiente fragmento GlossaGrafik comenta

Nel güey, pues uno ya sabe que igual dura un mes, un año, un día. Sea ilegal o sea legal siempre lo haces sabiendo que alguien te llega a pisar, te llega a tapar. Y no es por mal pedo o porque te quiera tirar mierda, bueno no siempre (risas), sino que así es el pedo, así es esto del graffiti, güey. Uno también le juega al vergas a veces, o cuando anda de ilegal se pone de verguero, pisas a este, pisas a este otro, por tu colonia, por otros lugares y sabes qué pedo (GlosaGrafik, noviembre 2018).

De esta forma el *pisar* permite que el espacio público vaya transformándose, estructurándose constantemente a través de la agencia y los índices de los Agentes graffiteros, posibilitando que algunas relaciones se den.

La respuesta del primer artista, del que fue *pisado* puede variar, la mayoría de las veces se genera una relación de disputa por los espacios -*spots*- entre los dos agentes implicados⁸⁷.

(...) y yo le empiezo a dar con ese carnal; no mames como ya habíamos quemado el paro bien cabrón *güey* por todo el pedo de que nos tuvimos que amarrar y todo, y a parte ya estaba quemado el spot, que nos caen los puercos *güey*, y nada más alcancé a rellenar cuatro letras y marcar dos y pues ya no acabé *güey*, nos tuvimos que ir

⁸⁷ En esta disputa pueden entrar más agentes dependiendo del tipo de redes en las que se encuentre, no solo es apoyado por miembros del *crew* -si pertenece a alguno- sino que otros agentes cercanos a él pueden comenzar a *pisar* al, ahora, rival.

fugaz porque ya teníamos a la tira ahí encima *güey*, la neta ya estaban radiando, ya estaban a punto de rodearnos *güey*, era Galeras *güey* a lo mejor no tanto acá por...o no sé si era delito federal esa madre pero mínimo era galeras y pues ya la banda a nadie le gusta ir a liberarnos, pues nos fuimos y ya no la acabé pero si la pinte *güey*, de hecho ahí tengo la foto; y luego un puto que raya KUF, un morrillo de acá atrás ya lo tengo ubicado, me tapó *güey*; tanto perro puto spot *güey*, es lo que le digo a la banda carnal y eso me lo decía el ATEO “hermano no es mal pedo *güey*” porque en un tiempo yo me empecé a pisar con unos de su *crew güey* y bajó al barrio como cabrón que es bajó al barrio y si me dijo, me dejó bien marcado ese pedo “oye carnal ¿por qué lo tapaste si hay un putero de spots? un putero hermano, donde tu veas *güey* hay spots porque a huevo ahí donde están, esa es tu esencia carnal, ora sí que esa es tu marca es lo que quieres demostrar por lo que sea, pero esa es tu forma de expresarte, por qué se las tapas, hay un putero de spots” Y si la neta pues si *güey*, en ese momento si dije, no mames tienes mucha razón carnal. Ahorita apenas fueron a volar unas allá *güey* y digo chale por qué son así *güey*, tanto nos cuesta el material y luego ellos a lo mejor hay unos que otros que son juniors (adinerados) pero uno que vive al día carnal, la neta si hay chido, para el material y si no, no; ellos sin pedos van y desmadran y pues “cámara ese spot es de nosotros carnal, no seas manchado pues si hay un buen de spot” (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

En el fragmento anterior se observa cómo ARCHIE entabla rivalidad con otro agente que lo pisó en un spot importante al oriente de la Ciudad de México, pero también es visible cómo a partir de esta práctica de *pisar* fue que conoció a ATEO⁸⁸. Anteriormente había establecido una rivalidad muy fuerte con miembros del *crew* de ATEO y éste fue quien le da fin, a partir de ese momento ARCHIE comienza a ver el *pisar* como otro tipo de relación.

Otra experiencia compartida con ARCHIE muestra una respuesta diferente por parte de los agentes que son *pisados*,

⁸⁸ Recordando que ATEO fue una de las principales influencias de ARCHIE para iniciar con los *aéreos*, ver apartado 3.3.2 ARCHIE.

O por ejemplo así de los chidos si güey, una vez estábamos pintando ahí en Panti⁸⁹ ya ves que está la línea café güey, ya ves que está así arriba y ya ves que abajo hay como una pinche planchota, que es donde está atascado de graffiti; que es donde, donde pasan los carros. No sé si te ubicas. Estas viendo desde arriba y así, es una pared abajo donde pasan los carros pero se ve desde la línea café y vamos a pintar, ese día fuimos el CRETE, el OCCE, yo, el COSMO y otro morrillo y ya lo empezamos a ponchar, llegamos varios de la banda y en eso pasa un taxi güey; y nosotros como estamos bien entrados y luego hay banda que es bien maldosa o nos avienta cosas y nos dice “¡ah cámara, píntense las nalgas!” o hasta chacalona, porque nos ha tocado; y pasa y se da un enfrenón acá “ora qué, quién les dio permiso de acá” que empieza de verguero luego, luego, nos iba a espantar y si dijimos “que pedo” y como no somos del barrio y como es Panti no, no nos van a hacer la banda y si he visto dos que tres veces dije no mames. Volteo y dice “¿qué?, ¿por qué están pintando mi pinta?” y ya le digo a la banda “no, no disculpa, no hay pedo, *ora* si que no lo estamos haciendo con maldad ni tapando a nadie, la neta las *bombas* ya están feas” dice “nel, no es cierto, síganle pintando” ay a huevo y ya en eso pues se va y este. De hecho, estaban los 59, estaban los que tenían su tienda de aerosoles, la que está ahí en Panti *güey* cae esa banda y ya estaban ahí atrás viendo como estábamos pintando y en eso llega la tira (risas). Valió verga y ya iba por aquí por acá y todos fugas *pum güey ¿no?*; agarraron a dos tres morros ese día güey. Yo les gané a varios de mi banda y ya nos quedamos de vernos ahí en el puesto del TAGER ahí en el local, donde venden aerosoles y ya de repente va el *güey* que nos dijo del taxi y era el SPLINT carnal, es un *güey* que ya falleció también, de hecho, la banda de aquí también, no sé si tú lo ubicas también por la pinta, lo marcan mucho *güey*. SPLINT SPLINT y era de los graffiteros que puta no mames. También ese *güey* me dejó algo como que en el ámbito de no mames también este carnal era bien recio *güey* y si *güey*, de lo que me platicas ahorita si me he topado, si güey ve y no ese día no charlamos ni nada, pero sí *güey*, se portó la banda y acá “eh cómo se espantaron o qué banda” *ora* si que no manches carnal. Y ya después, yo no me enteré ese día. Ya después le pregunté a la banda “oye y ese *güey* quién era” “el SPLINT carnal” yo “NO MAMES güey, me hubieras dicho ese día güey” hasta le digo haber una foto no,

⁸⁹ Metro Pantitlán.

la neta *güey*. Ese *güey* no se paró su culo por su placa *güey*, o sea, la neta nunca me dicen ese *güey* es el SPLINT, *nel*, estuvo chido (Entrevista a ARCHIE, junio 2020).

En este caso cuando ARCHIE estaba *pisando* el *tag* de otro agente, la reacción del segundo fue diferente, permitió que ARCHIE siguiera elaborando su índice y estableció una relación diferente con él, a pesar de que se encontraron en el preciso momento no fue tomado como un ataque hacia el primero con todo y que SPLINT sí tenía bien ubicada su *bomba* en el espacio mencionado. Se puede ver cómo existe entre los agentes ilegales el aspecto territorial ya que ARCHIE menciona que estaba en territorio de un *crew* y podría ocasionar ciertos roces con ellos.

De esta forma se puede ver cómo el *pisar* ha ido transformándose, si bien aún se crean ciertas rivalidades y luchas entre los agentes al *pisar* a alguien, las respuestas son diferentes, el aspecto territorial sigue vigente en los agentes graffiteros y sigue siendo algo a considerar al salir. El espacio público se construye como ese campo de encuentros entre agentes que luchan por dejar una huella, pero también como un espacio en el que se relacionan a partir de las mismas luchas ya sea directamente o a través de sus índices.

4.2.2 En el graffiti legal

En las siguientes páginas se expondrán las relaciones de agencia encontradas durante el trabajo de campo, principalmente es en torno a eventos y las experiencias de los agentes dentro del campo laboral. De esta forma, se puede observar los cambios, transformaciones y/o adaptaciones de la agencia en diferentes contextos.

En la primera relación se tienen los eventos, principalmente aquellos realizados por instituciones privadas y gubernamentales, o ambos, la primera parte sería:

[Destinatario (A) → Índice¹ (A) → Prototipo (A)¹]

El destinatario -Agente instituciones- genera un Índice -dispositivo-, un evento de *graffiti* que pretende ocupar el espacio público, desplegando un discurso sobre las formas establecidas de su uso, entonces lanza una convocatoria - Prototipo- donde se especifica quiénes pueden participar, se pide un boceto con una temática específica y algunas veces se pide participar como *crew*.

Más que una legitimación creo que existe una domesticación del graffiti. Hoy en día cuando vas a un evento lo que te piden es un boceto y te dicen que si no cumple con los requisitos o no le gusta a los jueces, porque hay varios jueces que ven tu trabajo, pues que dicen que no (Entrevista a REST, mayo 2018).

En ese, el meeting, nada más, reciben *crews* pero no hay falla si es un colectivo. Yo he mandado varias veces, pero como te piden cosas hechas entre todos, pues la verdad no tenemos cómo hacerle, te digo que somos 5 nomás y pues no, y luego uno es ilegal, otro en Playa del Carmen pues nada más quedarían mi carnal y yo, y no (GlosaGraffik, noviembre 2018).

En estos dos fragmentos recogidos durante el trabajo de campo, se puede ver cómo participar en un evento resulta algunas veces difícil, y los códigos estéticos, muy de la mano con los estilísticos del *graffiti* son reducidos desde la óptica del destinatario, a meros elementos decorativos, por otro lado, se seleccionan aquellos que, desde esta óptica, *están mejor organizados*, *crews* con experiencia y bien organizados son los únicos que tienen acceso a eventos importantes. De esta forma se sigue reproduciendo el discurso de las instituciones sobre lo deseado y aceptado en el espacio público, eligiendo a los agentes graffiteros que sí puedan participar y ser visibles en el espacio público.

De esta forma se da paso a la segunda parte de la relación:

Artista (p) → Prototipo² (p) → Destinatario (A)

En la que el Artista -Agente graffitero- está en función de paciente frente al resto de la relación, adaptando su estilo y estética a lo requerido por la convocatoria -prototipo-. De esta forma el Artista crea un boceto -Prototipo²-, y es mandado al Destinatario para esperar la confirmación de la participación en el evento. Después se tiene un segundo momento de la relación donde, en caso de confirmarse la participación, se desprende aún más.

Destinatario (A) → Prototipo² (p) → Artista (A) → Índice² (A)

La primera parte corresponde a la confirmación de la participación, Destinatario arroja el veredicto⁹⁰ sobre el prototipo que es paciente del primero; el Artista entonces, en función de ese prototipo genera un Índice-*graffiti*, dentro del evento, que puede o no alterar o introducir nuevos elementos, incluso improvisar algunas veces, como describe MIZOE al preguntarle sobre la importancia de la improvisación en el *graffiti* “No del todo; si, todo lo tienes en la cabeza y en el momento sale pero no es completamente improvisación, tienes todas esas imágenes de tus piezas anteriores en la cabeza y las conectas, combinas para hacer algo nuevo” (MIZOE, Octubre, 2018).

En cierta forma el agente graffitero decide si mantiene las características o si decide reapropiarse de su índice, modificándolo.

El árbol de agencia de esta relación quedaría de la siguiente forma:

⁹⁰ Recordando que las palabras usadas por REST y GLOSAGRAFIK es “jueces”

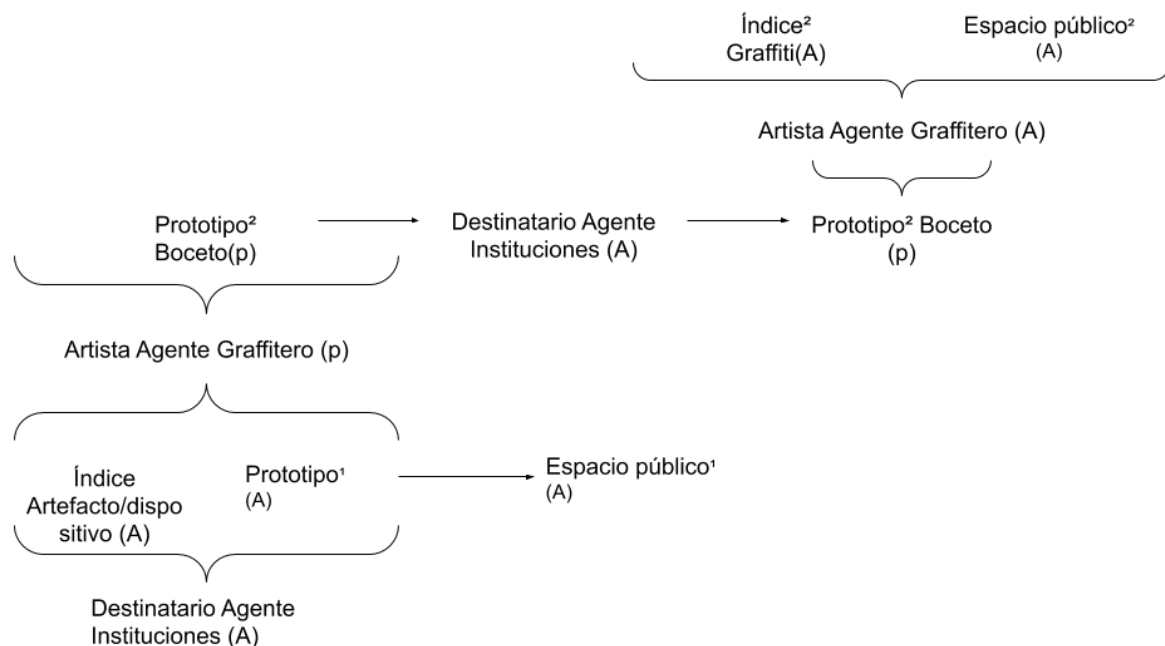


Figura 6. Árbol de Agencia 4. En este caso se parte del Destinatario Agente Instituciones, creando la convocatoria para un evento, Espacio público aparece como un espacio proyectado para el evento, todos estos elementos aparecen como Agente (A). El Artista está en función de paciente (p) respecto a los elementos anteriores, crea un Prototipo-boceto, el Destinatario lo evalúa y decide si participa; el prototipo sirve de base para el Artista y crear un Índice en el evento. Espacio público aparece como Agente (A) junto con el Índice, es un espacio diferente al propuesto en el prototipo

Lo primero a resaltar es la posición de Espacio público¹, la cual en este caso aparece como producto del Índice¹ y Prototipo¹, como resultado de la forma en que se piensa un futuro espacio, ya sea que se haga por medio de la recuperación, la revitalización o la mercantilización del espacio, etc. siempre se va a generar un espacio nuevo a partir de estos índices-dispositivos. En este caso se ofertan los espacios -spots- a una cierta cantidad de Artistas y ellos van a *competir* por estos. A partir de aquí todo se mantiene de la misma forma: el artista está en función de paciente frente al dispositivo y el prototipo. Cuando el Artista aparece como Agente ocurre un cambio significativo puesto que, como se mencionó en la anterior página, puede apropiarse del evento⁹¹. Se mencionó que a través de la improvisación que se puede hacer en el momento del evento, cambiar de última hora o agregar algún elemento oculto a su índice. Pero también puede apropiarse del evento mediante

⁹¹ Léase índice-dispositivo.

otras formas, a partir de la relación directa con los agentes graffiteros, ya sea con invitados o con los que llegaron al lugar por curiosidad “al final eso es el *graffiti*, le caes a un evento y terminas echando coto con compas que no conoces [...] como tú güey, ni pintas pero aquí estás con la banda” (GLOSAGRAFIK, Noviembre 2018). Durante los eventos de *graffiti* se pudo observar cómo a pesar de que existía el discurso del espacio público como lugar bajo ciertas reglas, los agentes graffiteros se lo apropian, entablaron relaciones con diferentes agentes, se compartía la cerveza en la vía pública

No *güey*, pero igual de haber un poco de control no, por parte de ellos. Aunque nos valga verga, pero a final de cuentas pues, al Chile es lo que somos no, somos calle, somos callejeros y así nos la pasamos en estos desmadres y aunque no sea evento pues de repente sale el gallo, la chela, lo que caiga. Somos calle y así somos, le hacen a la mamada (GLOSAGRAFIK, noviembre 2018).

Y pues puro aerosol si de vez en cuando en expos o en ocasiones especiales pues ya me junto con los amigos y empezamos a hacer graffiti tal cual. Graffiti tal cual que es: puro aerosol y muro, aerosol y muro y *tan, tan*. Si en ocasiones (Entrevista a REST, mayo 2018).

Los agentes se apropian del evento, por esa razón Índice² y Espacio público² aparecen como agentes, como elementos de constante transformación, diferente a ese discurso del embellecimiento y decoración que menciona REST. Incluso se da la ocasión de que algunos agentes graffiteros ilegales lleguen al anochecer para dejar presente la huella, en los muros del evento, el *graffiti* ilegal; haciendo ver la imagen de que el *graffiti* también es uno, ilegal y legal conviven en el mismo espacio⁹². No sólo los índices, sino también los agentes. Algunos se organizaban para que, al terminar el evento, recorrieran las calles en busca de spots y dejar huella ilegal de su invitación al evento, incluso en uno como *Meeting Of Styles* donde

⁹² Al respecto se puede leer la entrevista a BASÍA en Arroyo (2015) en donde desde la vertiente legal del graffiti se busca crear un diálogo con el graffiti ilegal, respetando las bombas y tags de los Agentes.

al terminar el evento se observaron diferentes agentes reunirse y hablar sobre una ruta para realizar *graffiti* ilegal⁹³.

Aquí se puede recuperar la propuesta de Giglia (2020) sobre los indeseables en el espacio público, quienes de alguna u otra forma se van a hacer presentes bajo diferentes adaptaciones de su agencia en los espacios públicos con mayor control.

Otro tipo de relación es la que se desprende de los contextos laborales o los *graffitis* por encargo, esos índices creados a partir de un destinatario específico⁹⁴; los agentes graffiteros entran en relaciones de mecenazgo para generar ingresos y seguir comprando materiales o incluso hay veces en las que se sienten conformes si se les paga con el material para realizar el índice-graffiti

Pues si me aviento dos que tres chambitas, como te dije hace rato, en unos bares, en unas pulquerías, si me las aviento; luego le digo a la gente que me pongan el mate⁹⁵ y ya con eso[...] Si me dice la banda que no mame, que es chamba y que cobre, pero pues la neta no lo hago por el varo, no es que sobre, pero tampoco me urge (risas). Mejor me quedo con el mate y ya doy mis roles para hacer unas bombas o me subo allá arriba también con ese mate (ARCHIE, junio 2020).

ARCHIE es un agente muy importante para este ejemplo puesto que, como se ha mencionado, se centra en el *graffiti* ilegal, entrando esporádicamente al *graffiti* legal para poder adquirir sus materiales.

La relación quedaría de la siguiente forma

[Destinatario (A) → Prototipo (A)] → Artista (p) → Índice (p)

⁹³ De igual forma, en las palabras que se intercambiaron con MIZOE se veía esto.

⁹⁴ Si bien ya se mencionó que los dos destinatarios en los que se centra la mirada son agentes graffiteros y agentes instituciones, en este caso el destinatario es diferente, aunque se podría agregar a la forma en que se relacionan los agentes graffiteros con las instituciones, a partir de estas nuevas formas laborales presentadas en el graffiti legal se fueron acercando a estos círculos, el caso de HUMO y LUPUS serían ejemplo de esto.

⁹⁵ Material

El destinatario -mecenas- genera un prototipo, un imaginario de lo que necesita, una descripción del índice, ambos aparecen como agentes, haciendo que las acciones y las respuestas se generen; el artista aparece en función de paciente, es el que recibe las indicaciones de cómo tiene que ser el Índice⁹⁶.

Si porque, me pagan y de eso como (...) Sí también depende, hay gente que te dice “*güey* cuanto cobras por esto” y dicen “te lo pago no hay bronca”, pero también depende de que es lo que te esté pidiendo, por ejemplo, cuando ya son encargos *pos* ya es lo que el cliente te va a pedir y tu no vas a decir “ay no yo soy graffitero ilegal” no *pos* no, si me van a pagar si me dicen te vamos a dar tanto por hacer esto y esto pues adelante siempre y cuando no contravenga mi ideología, mi forma de pensar. Tampoco voy a hacer graffiti para el PRI o madres así, aunque me paguen la neta voy a decir no gracias, no me late ese cotorreo. O sea, si he y no tengo ningún problema en que, la remuneración económica siempre y cuando no traicione mis principios ideológicos (Entrevista a REST, junio 2018).

El Artista nunca está totalmente sujeto a las convocatorias o a las necesidades y peticiones de personas que les piden algún trabajo específico, aunque tampoco está del todo libre, se entra en una negociación de agencia (Ortner, 2016). El Artista realiza una interpretación del prototipo y crea el índice el Destinatario sigue como Agente en ese Índice aún cuando no es él quien lo crea. El árbol de agencia quedaría de la siguiente forma.

⁹⁶ Aquí cabe aclarar que no se menciona al Artista como simple reproductor de las necesidades del Destinatario, siempre hay agencia del artista desplegada, al igual que en el ejemplo anterior, donde a pesar de que el boceto es enviado a los jueces es hasta el índice que se despliega la agencia y puede ser diferente a estas necesidades -prototipo-.

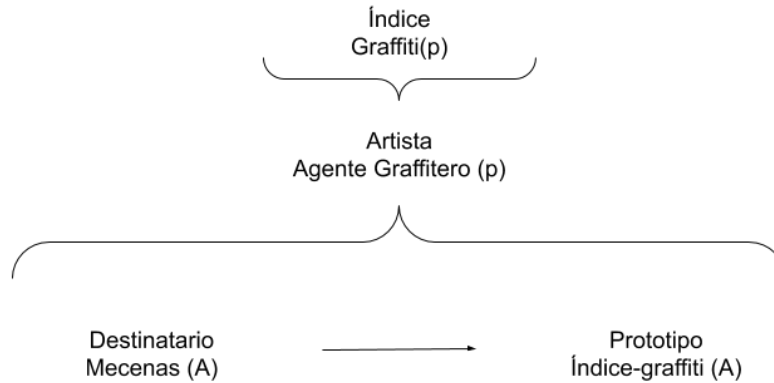


Figura 7. Árbol de Agencia 5. En este caso el Destinatario-Mecenas crea un prototipo de lo que desea, acude al Artista Agente graffitero quien es paciente (p) del mecenas; a su vez el índice-graffiti creado es paciente (p) tanto del Artista como del Destinatario

En este caso por tratarse de índices creados en espacios privados, no aparece el espacio público.

Es aquí, cuando el *graffiti* se realiza para colecciones o galerías e incluso como elemento decorativo⁹⁷, donde muchas veces se pierde la esencia del *graffiti*, lo público, lo transgresor, donde, en palabras de muchos autores y Agentes, se domestica o institucionaliza⁹⁸ (Arroyo, 2015; Valenzuela, 2012). Pero en algunos casos está justificada para poder seguir reproduciendo el *graffiti*, como ARCHIE quien de esta forma consigue sus materiales para seguir haciendo *graffiti*; en el ámbito legal también pasa lo mismo, incluso en eventos. Ya en el ejemplo anterior se veía como los Artistas que son invitados muchas veces aprovechan el evento para hacer *graffiti* ilegal; recuperando la idea, se apropian, (re)transforman esas experiencias.

Así se ve cómo los Artistas, a pesar de entrar en diferentes campos alejados del *graffiti*, mantienen su agencia como graffiteros, posibilitando nuevas formas de participación en el espacio público y laborales, a la vez que mantienen sus antiguas formas de participación.

⁹⁷ ARCHIE aceptaba que los trabajos en bares y otros establecimientos eran para decorar el lugar y darle un ambiente más de *barrio*.

⁹⁸ Recordando las palabras de REST, sobre la domesticación de algunos eventos de graffiti por parte de empresas y la inserción del graffiti a los campos laborales.

Por último, se presenta una relación que aparece en ambas vertientes de los agentes graffiteros, el boceto. Éste toma importancia debido a que en los bocetos los agentes graffiteros van a ir desarrollando su estilo, en un primer momento puede que sea para copiar los estilos que encuentran en las calles o, con la incorporación de las nuevas tecnologías, en las redes sociales como *Instagram* o *Facebook*. ARCHIE comenta que

Sí hermano. Pues de hecho *ora* si que como todo güey, así, la neta, lo chacaleas. Por ejemplo, yo que luego bajo en mi *fon* abecedarios güey, es bueno, la neta. Pero ya después la esencia es el estilo no. Por ejemplo, estos son unos estilos de la banda que luego los saca, pero ya los piquitos y acá, el detalle ya es, ya es mío, ya tú lo vas modificando más y más. Por ejemplo, esta es la primera y luego vas, ya vas sacando otra y ya le voy a meter otras así, no sé (Entrevista a ARCHIE, Junio 2020).

Si bien en un principio se copian los estilos -se *chacalean*-, a través de su agencia los Artistas van buscando cómo desarrollar un estilo propio, cuánto se alejen de las fuentes de ese estilo depende de cada uno. Se puede entender el boceto, parafraseando a Gell, como esos índices que van acompañando a los Artistas durante su trayectoria, estos bocetos permiten muchas veces la improvisación de la que se habló páginas atrás. El boceto toma mayor relevancia cuando se habla del *Black Book*⁹⁹, siendo aquí donde se experimentará para encontrar y/o transformar el estilo del agente graffitero. La relación de agencia en este caso específico quedaría así:

$$\text{Artista (A)} \rightarrow [\text{Índice}^1 \text{ (p)} \rightarrow \text{Prototipo (p/A)}] \rightarrow \text{Índice}^2 \text{ (A)}.$$

⁹⁹ En páginas anteriores ya se ha hablado sobre esta libreta, principalmente en el capítulo 3. De igual forma en la mayoría de la bibliografía enfocada en el graffiti se habla de este elemento y la importancia que tiene; hoy en día al buscar “Black Book graffiti” en la plataforma de YouTube aparecen una gran cantidad de agentes graffiteros mostrando el desarrollo que ha tenido su estilo, algunos de ellos son muy específicos al mostrar los cambios que realizan entre boceto y boceto.

En donde el Artista- Agente graffitero crea o copia un índice en su *black book*, lo reproduce continuamente, agregando variantes, colores, conectando las letras, buscando su estilo, por esta razón este Índice¹ aparece como paciente, puesto que va a ser amoldado muchas veces a lo que busque el Artista; estos índices van a convertirse en Prototipo, esos elementos que al estar frente a la pared pueden dar pie a la improvisación o también van a crear una serie de pasos para seguir al encontrarse en el espacio público, Prototipo se encuentra primero como paciente debido a que, junto con el Índice¹, son resultado de la experimentación del Artista, pero se transforma en Agente por lo que representa para el Artista a la hora de realizar el Índice²; este último se encuentra como Agente puesto que de él se podrán ver respuestas en el entorno -Espacio público-. El árbol de Agencia resultaría de la siguiente forma:

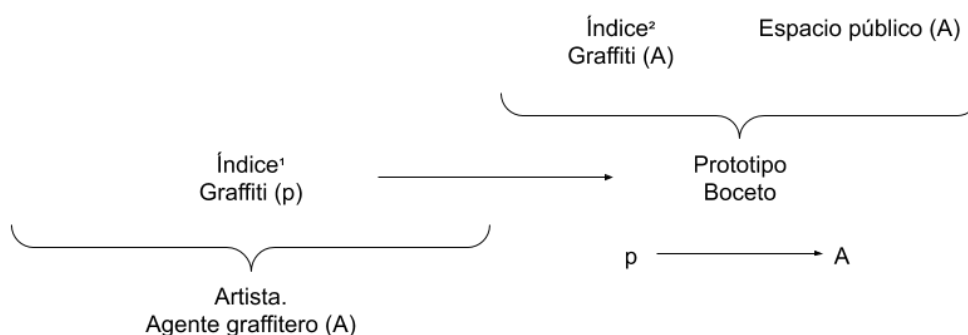


Figura 8. Árbol de Agencia 6. En este caso se habla sobre el boceto y la importancia del mismo. Esta primero como paciente del artista, pero al final se tiene el índice que estará en el espacio público, esto no quiere decir que sean el resultado del prototipo, sino que a través de él, el Artista llega al segundo índice.

Lo único que cabría resaltar es que en el primer Índice *graffiti* se habla del *black book*, de esa experimentación que se hace en los bocetos, y es justo a través del Prototipo-Boceto que se llega al segundo Índice-*graffiti*, aquel que estará en el espacio público y que va a generar respuestas en sus destinatarios, ya sea que se produzca las condiciones legales o ilegales.

A partir de los Árboles de Agencia se puede observar cómo se analizan las diferentes relaciones entre los Agentes graffiteros, los índices creados, las

instituciones y el espacio público, generan formas diversas de construir la práctica del *graffiti*. A partir de la postura de Mendoza (2011), en donde el *graffiti* se entiende desde la parte estética/práctica y la social/cultural, se construyeron las relaciones entre agentes y objetos -agente primario y agente secundario en la propuesta de Gell-. Por último, a partir de las propuestas del espacio público se analizó la forma en que estas relaciones diversas y alternativas (Pedroza, 2012) constituyen una forma específica de ver, habitar, transitar, construir, mantener y transformar el espacio público urbano.

Se analiza la forma en que los agentes graffiteros generan respuestas en su entorno, transformándolo unas veces, manteniéndolo otras, siempre haciendo cambios en su agencia y en la de los destinatarios. Si bien estos últimos van más allá de los planteados en la presente investigación, el enfocar la mirada en solo dos tipos de destinatarios ayudó a aterrizar la teoría a una realidad concreta, si bien se parte desde la perspectiva de Gell, la realidad de los agentes graffiteros rompe con algunas propuestas y es necesario atender, lo mejor posible, los huecos que ella deja. Siguen existiendo huecos en esta forma de analizar a los agentes graffiteros, pero el cambiar el punto desde donde se escribe llevó a lugares diferentes.

En el presente capítulo se observó cómo, desde cualquiera de las dos vertientes -ilegal o legal- se generan formas específicas de ser graffitero, formas específicas de responder a los cambios que se presentan en el espacio público, ya sea organizándose mejor a la hora de salir a bombardear la ciudad o *ponchar el spot*, o aprender a amoldar la Agencia dependiendo de las necesidades de los eventos. Cada una de las relaciones específicas son importantes puesto que, de manera biográfica, van construyendo al Agente, lo van acompañando en cada nueva experiencia, permitiendo generar cambios y transformaciones en el hacer *graffiti* y a la vez mantener elementos necesarios para seguir reproduciendo el *graffiti*. Aquí es donde entra la cuestión de lo *bien visto* en el espacio público, lo aceptado y lo permitido; algunos agentes rompen por completo con el *graffiti* para poder participar en condiciones de producción más atractivas, en este punto las respuestas son variadas, hay quienes se alejan por completo y dicen ya no hacer

graffiti, consagrándose como artistas¹⁰⁰ en el sentido occidental de la palabra, hay quienes lo adoptan durante un tiempo y regresan a las calles; lo importante es continuar observando cómo frente a este discurso emitido desde las Instituciones, los agentes buscan participar y cómo esta participación transforma al *graffiti*. Recordando lo comentado por LUPUS sobre las nuevas generaciones acercándose desde el *graffiti* a las academias de arte, pero también recordando cómo ARCHIE establece formas alternativas de hacer *graffiti* con las nuevas generaciones; ambos casos se dan en el municipio, ambos casos se siguen viendo en las calles.

¹⁰⁰ En este caso, para hacer diferencia con la propuesta de Gell (Artista) se deja con minúscula (artista)

Conclusiones.

A lo largo de la presente investigación se construyó la categoría de agente graffitero, la cual se constituye de diferentes tipos de *graffiti*. Si bien el foco de atención se encuentra en el graffiti de escritores, se observó cómo diferentes tipos de relaciones originadas en cada contexto específico, enriquecieron la práctica de los Agentes, es decir, la forma de hacer y de vivir el *graffiti*, combinando características de otras concepciones de *graffiti*.

Cabe destacar que agente graffitero surge desde la Antropología Urbana y la Antropología del Arte, toma elementos de ambas para analizar las formas en que se relacionan los agentes. De la primera toma las herramientas para analizar la participación que tienen los agentes graffiteros en el espacio público, tanto en el aspecto físico como social, la manera en que estos Agentes establecen relaciones, la forma en que se ve y se recorre el espacio público urbano; la forma en que a través de la vida cotidiana construyen el espacio público. Por otro lado, de la Antropología del Arte se retomó la forma en que los agentes se relacionan con sus *graffiti*, estableciendo relaciones a través de sus Índices y directamente con otros agentes, generando así la circulación de su agencia, transformando continuamente su práctica, su estilo y con ellos el espacio público urbano.

El agente graffitero es el resultado de las diferentes concepciones de de graffiti; del *graffiti* reivindicativo toma esa participación en los movimientos sociales, añadiendo tintes políticos a sus índices. Del *graffiti* territorial -que en esta investigación se tomó como sinónimo de placazo- se toman las estéticas y el sentido del barrio en los grupos de apoyo tanto para conseguir *spots*, compartir conocimiento en torno al *graffiti*, organizar salidas, etc. Ya en el capítulo dos se observó cómo el *crew* fue una respuesta para hacer frente a las pandillas. Del *graffiti* de escritores se toma la forma en que se recorre la ciudad, la forma en que se apropian de lugares más allá del barrio, al igual que se retoma el sentido de estar constantemente mejorando el estilo y la calidad, así como ser original con estos dos.

Esta propuesta es flexible en el sentido de que no todos los agentes graffiteros van a presentar las tres concepciones de *graffiti* -no se descarta la posibilidad de que haya más de tres-, muchos se construyen en mayor medida alrededor del *graffiti* de escritores, algunos deciden hacer más visible su adscripción a ciertos movimientos sociales, otros se enfocan en desarrollar un estilo relacionado con las letras cholas y los aprendizajes del barrio. Es flexible en el sentido de que permite analizar al agente, los orígenes de esa agencia y la forma en que se ha ido transformando a lo largo de su trayectoria, la forma en que sus índices lo han acompañado y ha ido modificado el estilo de cada uno. Para la presente investigación ayudó a encontrar aproximaciones desde diferentes expresiones culturales, más allá de los cuatro elementos que siempre son mencionados en el *hip hop* -DJ, *break dance*, *MC's* y *graffiti*-, en los contextos mexicanos aparecen expresiones como el punk, el hardcore, metal, ska, reggae y muchas otras.

Si se aplica a contextos totalmente diferentes a los de la investigación puede ayudar a dar cuenta de todas esas variantes que dinamizan y actualizan a los graffiteros, antes de abordar una definición total de *graffiti*; puede ayudar a dar cuenta de cómo el contexto local influye en la construcción del aspecto global del *graffiti*, cómo la movilidad que practican los agentes graffiteros les permite establecer conexiones con diferentes ciudades e intercambiar conocimientos construidos desde lo local.

Esta misma flexibilidad de la propuesta puede ser, al mismo tiempo, una limitante si lo que se busca es dar cuenta de los aspectos homogéneos del *graffiti*, puede que con mayor desarrollo sea más adaptable a investigaciones que buscan una definición *total* de *graffiti*; por lo pronto, la propuesta solo funciona para contextos locales, estableciendo el punto medio entre la concepción global de *graffiti* y la perspectiva local, lo que los agentes de un contexto específico consideren como orígenes, las fronteras que construyan entre lo que sí y lo que no es o puede ser *graffiti*, cada investigación tiene un contexto específico y el investigador verá la forma de adaptar las categorías utilizadas para enlazar con la realidad observada.

Estas combinaciones del *graffiti* también dan paso a pensar en las intenciones de los agentes para crear una forma de ser graffitero que responda a

éstas, una forma de ser graffitero que diversifica y permite que se reproduzca en las ciudades y en las periferias, en las carreteras y en las zonas rurales. Algunas veces estas formas, con sus respectivas intenciones llevan al agente a alejarse por completo del *graffiti*, estableciendo una postura: esto no es *graffiti*. Otras veces lo lleva a relacionarse en la calle y aprender desde el graffiti ilegal lo necesario para encontrar un estilo original, un estilo que sea rápidamente identificado por otros agentes graffiteros. Actualmente -como se habló en el capítulo cuatro- existen nuevas generaciones que desde el principio se ven atraídos por el *graffiti* legal, dejando de lado lo que en y de las calles puedan aprender, aprendiendo en contextos más controlados y controlables, pero el *graffiti* sigue allí, la intención es ir al espacio público, ser invitado a eventos y expograffiti para intervenir espacios; aquí es donde, para muchos agentes graffiteros de generaciones anteriores, estas nuevas generaciones presentan una ruptura con el *graffiti* pero, parafraseando a REST, solo se enfrentan a otras necesidades, otros contextos, incluso a otros recursos y los accesos que ello conlleva.

En cuanto al uso de los Árboles de Agencia, estos surgen totalmente de la propuesta de Alfred Gell para analizar la Agencia tanto de los Agentes primarios -Agentes graffiteros y Agentes instituciones- como secundarios -índices, dispositivos y/o artefactos-, posibilitando entender mejor cómo estas relaciones fueron modificando la Agencia de diferentes graffiteros para ver cómo, hoy en día, la ejercen, las desigualdades generadas, los cambios, los diferentes roles que tiene un Índice-graffiti en diferentes contextos dentro del mismo espacio urbano como lo es el municipio de Nezahualcóyotl. Esta herramienta de análisis también debe ser tratada con cierto cuidado ya que a momentos pueden leerse demasiado generales las relaciones analizadas, por un lado; mientras que por otro lado pueden leerse muy forzadas.

Durante la realización del trabajo de campo fue importante hacer anotaciones respecto a los elementos propuestos por Alfred Gell -Artista, Índice, Destinatario y Prototipo- y todas las variables que se presentaban para poder establecer líneas de relación entre ellos, muchas de ellas fueron filtradas y se optó por no utilizarlas en

la investigación, ya sea por ser muy generales o muy forzadas, pero no se descarta que puedan ser utilizadas en un futuro.

El principal aporte realizado al uso de los Árboles de Agencia fue aterrizar el contexto del Espacio público urbano, esto se logró colocando a la par del Índice el Espacio público, como el mismo proceso de creación, recreación, construcción, apropiación, transgresión y un largo etcétera logrado con el índice. Cuando un agente graffitero realiza un Índice-*graffiti* está modificando el Espacio público, sean cuales sean las condiciones de producción -legal o ilegal- bajo las que se realizó el índice, generan una serie de relaciones en el espacio público, se modifican, se generan, se transforman las relaciones a partir de la agencia del graffitero y el índice que crea.

A futuro, el centrarse en el *tag* y la agencia que éste genera en el espacio público puede arrojar nuevos aspectos a considerar para los Árboles de Agencia. De igual forma el aplicar este análisis a diferentes contextos puede desencadenar en investigaciones que permita llegar a nuevas perspectivas sobre el graffiti, tanto en el aspecto local como en el global.

Se presentan cambios de época, posiblemente sea la razón de que muchos agentes graffiteros de las nuevas generaciones vayan directo al *graffiti* legal, pero también muchos siguen manteniendo esas relaciones de primer contacto y de aprendizaje en las calles, nuevas generaciones se acercan al *graffiti* ilegal y quieren bombardear la ciudad, pero esta ciudad ya no es la misma con la que se encontró HUMO, en un inicio, cuando podía entrar a graffitear a las instalaciones del metro; ya no es la misma que se encontró REST, de los cholos y los pachucos, de buscar un grupo que se percibiera autoritario y tener cierto estatus en el barrio; tampoco es la ciudad que se encontró ARCHIE, donde podía salir solo a graffitear sin tener que preocuparse por las cámaras de seguridad, ni por la justicia que hacen por propia cuenta los vecinos. Las nuevas generaciones se enfrentan -y se enfrentarán- a otras condiciones, a otras necesidades, a otras formas de recorrer la ciudad, a otras formas de verla, incluso a otras formas de hacer *graffiti*.

Posiblemente esas nuevas formas de hacer *graffiti* ya no se identifiquen con los elementos mencionados durante la investigación -reivindicativo, territorial y de

escritores-. Por esa razón fue que la presente investigación se construyó desde el agente graffitero, para poder ver cómo los agentes construyen al *graffiti*, dinamizando y diversificando esta práctica, estableciendo nuevos esquemas y estructuras de ser graffitero, adaptando al contexto específico en el que se mueven y también construyendo un *proyecto*¹⁰¹, estableciendo rutas y preguntando si con el *graffiti* pueden llegar a esos lugares, si con el *graffiti* se puede satisfacer las necesidades y las intenciones en un futuro, algunas veces se desprenden de lo que socialmente significa el *graffiti*, otras veces se mantendrán en este marco, algunas otras tomarán al *graffiti* como simple y sencillamente una técnica, las respuestas pueden ser muy diversas.

Para futuras investigaciones se plantea ahondar en el papel que está teniendo el ciberespacio para la circulación de *graffiti*, donde incluso hay tutoriales para aprender diferentes formas de hacer *graffiti*. Por otro lado, tener una mayor amplitud en los Destinatarios, en este caso fue muy controlado ese aspecto, pero muchas veces en el *graffiti* –tanto ilegal como legal- se establecen relaciones con diferentes agentes no tomados en cuenta para la investigación y también son importantes, no solo para la agencia de los graffiteros, sino también para la construcción del espacio público urbano.

El *graffiti* está vivo, a los graffiteros les gusta hacer *graffiti* en el espacio público, eso se mantiene, el *graffiti* en las calles, de las calles, lo que está constantemente cambiando es la forma en que los agentes graffiteros llegan a esas paredes, las relaciones que desprenden de sus índices y las que construyen ellos mismos. Las nuevas generaciones de agentes graffiteros siguen saliendo a las calles, los graffiteros, sean novatos -toys- o ya tengan una trayectoria, están en las calles de Neza.

El graffiti es calle y Neza es graffiti.

¹⁰¹ Agencia como proyecto a futuro, en el sentido que le da S. Ortner

Glosario.

Black Book: Libro o cuaderno de bocetos en donde los agentes graffiteros crean y/o copian estilos para explorar su estilo, también los usan para pedir a otros agentes que plasmen su tag

Bomba: Tipo de graffiti de letras gruesas, generalmente se utilizan dos colores: uno para el relleno y otro para el contorno; el tamaño puede variar y su ejecución es rápida.

Character o Character: Anglicismo utilizado para hacer referencia a un personaje. Suele ser plasmado sobre fondos con diferentes elementos.

Crew: Grupo de agentes graffiteros que, bajo un mismo nombre, crean índices graffiti.

Escritor: Traducción directa de *writer*, agente graffitero; el término viene principalmente del graffiti de escritores, en Nueva York comenzaron a llamarse *writers* debido a que utilizaban principalmente letras y se fueron agregando más elementos con el paso del tiempo.

Gancho: Tag alargado que, por el movimiento de un lado a otro, adopta la forma de esta herramienta, originario de la ciudad de Monterrey

Pieza: Proviene de *masterpiece*, en Nueva York comenzó a ser utilizado para elaboraciones complejas con diferentes colores, con o sin character, con el tag del agente graffitero y del *crew*, hoy en día permanece el sentido de la palabra.

Pisar: Sobreponer un graffiti en otro, la mayoría de las veces supone un agravio pero también llega a considerarse como algo necesario cuando el graffiti ya es muy viejo y ha perdido color.

Spot: Espacio sobre el que se realiza un graffiti, casi siempre en el espacio público pero también en privados.

Tag: Considerada como forma básica o esencial del graffiti. Es la firma elegida por los agentes graffiteros para que sus índices sean reconocidos como creaciones de ellos.

Toy: Agente graffitero sin experiencia o que no ha desarrollado las habilidades necesarias para ser reconocido. Llega a ser usado entre graffiteros enemistados para difamar el trabajo de otros.

Referencias Bibliográficas

Aguayo, P. (2011). La teoría de la abducción de Peirce: lógica, metodología e instinto. *Ideas y valores: Revista Colombiana de Filosofía*, 60(145), 33-53. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3652194.pdf>

Ahearn, L. (1999). Agency. *Journal of Linguistic Anthropology*, 9(1/2), 12-15., 2020, Disponible en <http://www.jstor.org/stable/43102414>

Amaro, O. I. M. (2014) ¿ El arte de la transgresión o la transgresión del arte? Una reflexión sobre el graffiti y el arte callejero. Disponible en [http://www.academia.edu/download/37851790/El arte de la transgresion-Mendoza.pdf](http://www.academia.edu/download/37851790/El_arte_de_la_transgresion-Mendoza.pdf)

Arjona Garrido, Á., & Checa Olmos, J. C. (1998). Las historias de vida como método de acercamiento a la realidad social. Disponible en https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/7548/G14_10JuanCarlos_Checa-Angeles_Arjona.pdf?sequence=10&isAllowed=y

Arroyo, S & Arroyo, D. (2015) CODEX. Una aproximación al graffiti de la ciudad de México. D.F. México Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Besserer, F. & Oliver, D. (Eds.) (2014) Ensamblando la ciudad transnacional. Etnografía especular de los espacios transnacionales urbanos. D.F. México. Universidad Autónoma Metropolitana.

Bonorino P.R. (1993) Sobre la abducción. Disponible en http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10683/1/doxa14_12.pdf

Bourdieu, P. (2017) El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. D.F. México Siglo Veintiuno Editores.

Castleman, C. (2012) Getting Up. Hacerse ver. El grafiti metropolitano en Nueva York. Madrid, España Capitan Swing.

Chacón, J., & Cuesta, O. (2013). El grafiti como expresión artística que construye lo político: pluralidad de mundos y percepciones. Una mirada en Bogotá. *Revista nodo*, 7(14). Disponible en <http://revistas.uan.edu.co/index.php/nodo/article/download/177/156>

Contreras, A. Y. (2009). Por las calles de la ciudad de Guatemala: Memoria y justicia a través del grafiti callejero del colectivo HIJOS. *A Contracorriente*, 3. Disponible en https://projects.ncsu.edu/project/acontracorriente/spring_09/docs/Contreras.pdf

Cooper, M. & Chalfant, H. (2015) Subway Art. Nueva York, Estados Unidos Thames & Hudson Ltd.

Corbetta, C. M. (2014). Escuela, grafitis y cultura visual en la era digital. *Educación artística: revista de investigación (EARI)*, (5), 32-46. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4858712.pdf>

Cruz Salazar, T. (2008). Instantáneas sobre el graffiti mexicano: historias, voces y experiencias juveniles. *Última década*, 16(29), 137-157. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-22362008000200007&script=sci_arttext&tlng=en

(2010). Writers, Taggers, Graffers y Crews: Identidades juveniles en torno al grafito. *Nueva antropología*, 23(72), 103-120.

Ema López, J. E. (2004). Del sujeto a la agencia (a través de lo político). *Athenea Digital: Revista de pensamiento e investigación social*, (5), 1-24. Disponible en

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-06362010000100006&script=sci_arttext&tlng=pt

Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona, España. Editorial Paidós.

Delgado, M. (1999). El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos. Barcelona, España. Editorial Anagrama.

(2003). Naturalismo y realismo en etnografía urbana. Cuestiones metodológicas para una antropología de las calles. *Revista colombiana de antropología*, 39, 07-39. Disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-65252003000100001

Duhau, E. & Giglia, Á. (2004). Espacio público y nuevas centralidades: dimensión local y urbanidad en las colonias populares de la ciudad de México. *Papeles de población*, 10(41), 167-194. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-74252004000300006&script=sci_arttext

Franco, I. (2011) El deleite de la transgresión. graffiti y gráfica política callejera en la Ciudad de Oaxaca. [Tesis de Licenciatura] Escuela Nacional de Antropología e Historia <http://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/tesis%3A1165>

Gell, A. (2016) Arte y agencia. Una teoría antropológica. https://books.google.com.mx/books/about/Arte_y_agencia.html?id=0EFUDAAAQB-AJ&redir_esc=y

Giglia, A. (2020) Orden urbano y gobernanza. Concepto clave para una ciudad posible. Seminario Virtual Permanente: La ciudad posible. Disponible en <https://www.facebook.com/IMIPJrz/videos/343309226926933>

Gómez-Abarca, J. (2014). Graffiti: una expresión político-cultural juvenil en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México. *Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud*, 12(2), 675-689. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/773/77331488011.pdf>

Gómez, L. R., & Sabogal, N. A. D. (2012). Grafitis políticos: Pintadas y participación política de los jóvenes. *Revista Iberoamericana de Psicología: ciencia y tecnología*, 5(1), 101-113. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4905129.pdf>

Hannerz, U. (1993) Exploración de la ciudad. Hacia una Antropología urbana. D.F. México. Fondo de Cultura Económica.

Hernández Espejo, O. (1998). La fotografía como técnica de registro etnográfico. *Cuicuilco*, 5(13), 31-52.

Herrera, M. C., & Olaya, V. (2011). Ciudades tatuadas: arte callejero, política y memorias visuales. *Nómadas (Col)*, (35), 99-116. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105122653007.pdf>

Kuri Pineda, E. (2017). La construcción social de la memoria en el espacio: una aproximación sociológica. *Península*, 12(1), 9-30. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-57662017000100009&script=sci_arttext&tlng=en

López, Á. (1998). El arte de la calle. *Reis*, 173-194. Disponible en http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_084_12.pdf

López Morales, R., & Cárdenas Neira, C. (2015). Una lectura del movimiento por la educación en Chile (2011-2013) a partir de la producción de grafitis lingüísticos. *Ultima década*, 23(43), 53-93. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-22362015000200004&script=sci_arttext

Marrero Guillamón, I. (2008). La producción del espacio público: Fundamentos teóricos y metodológicos para una etnografía de lo urbano. (con) *textos: revista d'antropologia i investigació social*, 2008, núm. 1, p. 74-90. Disponible en <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/12775/1/La%20producci%C3%B3n%20del%20espacio%20p%C3%ABlico-Marrero%20Guillamon.pdf>

(2008). Luces y sombras. El compromiso en la etnografía. *Revista Colombiana de Antropología*, 44(1), 95-122. Disponible en <https://revistas.icanh.gov.co/index.php/rca/article/download/1044/778>

(2016). Objetos textuales y dispositivos colaborativos: de la etnografía como plataforma pública. *Disparidades. Revista de Antropología*, 71(1), 31-38. Disponible en <http://dra.revistas.csic.es/index.php/dra/article/viewFile/498/501>

Martínez, H. A., & Barba, J. J. (2013). El grafiti en educación de calle para el fomento de la autoestima, las relaciones sociales y la promoción social: el caso de Espacio Mestizo. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 16(3), 49-60. Disponible en <https://revistas.um.es/reifop/article/view/186721/155841>

Mendoza, J. M: (2011). Graffiti: Construcción identitaria juvenil en la Ciudad de México. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional Autónoma de México <https://repositorio.unam.mx/contenidos/130760>

Nubiola, J. (2001). La abducción o lógica de la sorpresa. *Razón y palabra*, 21. Disponible en <https://www.felsemiotica.com/descargas/Nubiola-Jaime-La-abducci%C3%B3n-o-l%C3%B3gica-de-la-sorpresa-1.pdf>

Ortiz, M. R. (2006) Ciudad Graffiti. El crew: permanencia y prestigio en el espacio urbano. [Tesis de Maestría no publicada] Universidad Autónoma Metropolitana.

Ortner, S. B. (2016). Poder y proyectos. Reflexiones sobre la agencia. En Ortner, S. B. (2016) Antropología y teoría social. Cultura, poder y agencia (pp. 151- 176) Buenos Aires, Argentina. Universidad Nacional de Gral. San Martín, UNSAM EDITA

Pacini, C. A. (2010). El graffiti. In *II Congreso Iberoamericano de Investigación Artística y Proyectual y V Jornada de Investigación en Disciplinas Artísticas y Proyectuales (La Plata, 2010)*. Disponible en http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/39176/Documento_completo.pdf?sequence=1

Parra, J.M.. (2014). La imagen y la esfera semiótica. *Iconofacto*, 10(14), 76-89. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5204310.pdf>

Pedroza, M. T. (2010) Identidades urbanas de taggers y graffiteros: Análisis transdisciplinario de la producción semiótica del graffiti en el Distrito Federal. [Tesis de Licenciatura] Escuela Nacional de Antropología e Historia. <https://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/tesis%3A695>

(2012) Semiosis visual en el graffiti de escritores: Producción cultural urbana alternativa. [Tesis de Maestría] Escuela Nacional de Antropología e Historia. <http://mediateca.inah.gob.mx/repositorio/islandora/object/tesis%3A538>

(2016) La unitas multiplex del graffiti planetario: cultura urbana alternativa. [Tesis de doctorado no publicada] Escuela Nacional de Antropología e Historia.

(2016). Pixação: protesta y transgresión. *Discurso & Sociedad*, (2), 300-320. Disponible en [http://www.dissoc.org/ediciones/v10n02/DS10\(2\)Pedroza.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v10n02/DS10(2)Pedroza.pdf)

(2018). Cultura graffitera brasileña. *Cultura*, 19(2). Disponible en <http://www.revista.unam.mx/category/2018v19n2/page/2/>

Ramírez Kuri, P. (2014) (Coord.) Las disputas por la ciudad: espacio social y espacio público en contextos urbanos de Latinoamérica y Europa. D.F. México UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.

(2015). Espacio público, ¿espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México. *Revista mexicana de sociología*, 77(1), 07-36. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-25032015000100001&script=sci_arttext&lng=en

(2016) (Coord.) La reinvencción del espacio público en la ciudad fragmentada. D.F. México. UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.

Rodríguez, J. M. F. (2014). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (7). Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051556003.pdf>

Rodríguez, M. V. (2016) En la calle y más allá: Una aproximación sociológica al arte graffiti. San José, Costa Rica. Editorial Arlekin.

Russo, P. M. (2008). El encuentro entre arte y militancia y la publicidad de ideas políticas en el espacio público callejero. El ejemplo del GAC. *Question*, 1(18). Disponible en <https://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/download/545/492/>

Sánchez, F. J. (2006). La máquina etnográfica. Reflexiones sobre fotografía y antropología visual. *Revista Contraluz No3. Agosto. España: Asociación Cultural Arturo Cerdá y Rico.*

Sánchez, M. M. (2010) Cuando las paredes hablan. Graffiti y redes sociales. Un estudio etnográfico en las ciudades de Xalapa, Veracruz y Santiago de Querétaro, Qro. [Tesis de Licenciatura] Universidad Autónoma de Querétaro. <http://ri.uaq.mx/handle/123456789/4202>

Segura, L. A. D. (2011). Miradas urbanas sobre el espacio público: el flâneur, la deriva y la etnografía de lo urbano. *Reflexiones*, 90(2), 137-144. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/729/72922586010.pdf>

Sewell, W. H. (2006). Una teoría de estructura: dualidad, agencia y transformación. *Arxius de sociologia*, (14), 145-176.

Sautu, Ruth (2014). Agencia y estructura en la reproducción y cambio de las clases sociales. *Theomai*, (29),100-120. ISSN: 1666-2830. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=124/12431432006>

Torre, M. I. D. L. (2015). Espacio público y colectivo social. *Nova scientia*, 7(14), 495-510. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-07052015000200495&script=sci_arttext

Valenzuela, J. M. (2012). Welcome amigos to Tijuana. Graffiti en la frontera. D.F. México. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Valle, I. I. (2009) Mundos figurados de graffiteros en Tepepan y aprendizajes en su comunidad de práctica. [Tesis de Maestría no publicada] Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional.

Vázquez Laba, V., Riskey Buonaffina, M., Perazzolo, R., & Giménez Mercado, C. (2014). Resistencias desde los márgenes: La experiencia migratoria de las mujeres como forma de agencia social. *La ventana. Revista de estudios de género*, 5(40), 59-87. Disponible en <http://www.scielo.org.mx/pdf/laven/v5n40/v5n40a4.pdf>

Veras, E. (2010). Historia de vida:¿ un método para las ciencias sociales?. *Cinta de moebio*, (39), 142-152. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-554X2010000300002&script=sci_arttext

Yurén, T. (2013). Ética profesional y praxis: Una revisión desde el concepto de "agencia". *Perfiles educativos*, 35(142), 6-14. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982013000400016&script=sci_arttext

Yopo Díaz, M. (2012). Políticas sociales y pueblos indígenas en Chile: Aproximación crítica desde la noción de agencia. *Universum (Talca)*, 27(2), 187-208. Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-23762012000200011&script=sci_arttext&tlng=n

Páginas de internet consultadas.

Cera, D. (18/12/2018) Así surgió ciudad Neza, uno de los municipios más admirables de México. *Local.mx*. Disponible en <https://local.mx/ciudad-de-mexico/cronica-ciudad/ciudad-nezahualcoyotl/>

Colín, S. & Villa, E. (26/05/2019) Neza: la ciudad que se construyó sobre un desierto. *El universal*. Disponible en <https://www.eluniversal.com.mx/mochilazo-en-el-tiempo/neza-la-ciudad-que-se-construyo-sobre-un-desierto>

Díaz, P. (13/02/2017). ¿Te has preguntado cómo nació Ciudad Nezahualcóyotl?. *Excelsior* Disponible en <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/te-has-preguntado-como-nacio-ciudad-nezahualcoyotl-i/1145590>

Matloff, J. (18/01/2014) The tale of New York and Neza York. *Aljazeera America*. Disponible en <http://america.aljazeera.com/features/2014/1/the-tale-of-new-yorkandnezayork.html>

Pérez, K. (27/06/2019) La Excepcional historia de Ciudad Neza. *México Desconocido*. Disponible en <https://www.mexicodesconocido.com.mx/historia-de-ciudad-neza.html>