



**El Colegio  
de la Frontera  
Norte**

**PAREDES QUE HABLAN: LA PRODUCCIÓN SIMBÓLICA  
DEL ESPACIO URBANO A TRAVÉS DEL *STREET ART* EN  
TIJUANA**

Tesis presentada por

**Melina Amao Ceniceros**

para obtener el grado de

**MAESTRA EN ESTUDIOS CULTURALES**

Tijuana, B. C., México  
2014

# CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de Tesis:

---

Dr. Camilo Contreras Delgado

Aprobada por el Jurado Examinador:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

*A Rafa Saavedra †,  
amigo y dos veces compañero de estudios.*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por financiar mis estudios de posgrado. Mi agradecimiento es también para El Colegio de la Frontera Norte por la formación recibida. A la guía y confianza de mi director de tesis, Dr. Camilo Contreras. A los consejos de mi lector interno, Dr. Alberto Hernández. A las observaciones y orientación de mi lectora externa, Dra. Alicia Lindón. Al apoyo de la coordinadora de la Maestría en Estudios Culturales, Dra. Sayak Valencia. A las facilidades y siempre buena disposición de Irene Becerra. Al auxilio bibliográfico de Carlos Félix. A la instrucción tanto teórica como metodológica de mis profesores y profesoras. A la contribución y disponibilidad de los sujetos de estudio que participaron en esta investigación. Agradezco además la empatía y solidaridad de mis compañeros de generación, muchos a quienes después de esta experiencia y por las vivencias compartidas puedo llamar *amigos*: Miguel Ángel Aguilar, Gustavo Pineda, Carolina Zepeda, Andrea Padilla, Stephanie Cruz de Echeverría, Alberto Baltazar, Lorena Mena, Maribel Rivero, Diana Buenrostro, Rene Nevarez, Carlos Piña, Ester Espinoza. A mi familia, que es numerosa, comprensiva y cercana a los logros de cada integrante: a mis papás Hadassa Ceniceros y Hugo Amao; a mis hermanos Ariel, Eunice, Vasti y Ada. Y a Iliana Muñoz, quien con amor y entendimiento ha sido mi compañera en este proceso. *A todos ellos* muchas gracias.

## RESUMEN

El objetivo general de esta investigación ha sido identificar cómo participan a través del *street art* los autores de murales callejeros autorizados en la producción simbólica y significación del espacio urbano de Tijuana. Entre los objetivos específicos se estableció analizar al *street art* como campo y, así, ubicar los asuntos en disputa. El punto teórico de partida ha sido la teoría de los campos de Bourdieu, con lo cual fue posible desentrañar las formas de participación en las intervenciones pictórico-urbanas y la significación otorgada a la práctica por quienes producen murales; teniendo como base empírica entrevistas realizadas a autores vigentes de murales callejeros en Tijuana, elaborados bajo un esquema de autorización. También nos aproximamos al fenómeno desde la significación del paisaje urbano mediante esta práctica revisando conceptos como apropiación, símbolo y significación. Los principales hallazgos fueron la relevancia de la dimensión experiencial como determinante de las formas de participación en el campo del *street art*; de ahí se pudo identificar que la antigüedad en el marcaje del espacio urbano da cuenta de dos lógicas que se disputan la ciudad, así como de tensiones frente a la administración pública por significar el paisaje.

**Palabras clave:** street art, paisaje urbano, campo, habitus, simbolización, murales, graffiti, producción simbólica, significación, espacio urbano.

## ABSTRACT

The overall objective of this research was to identify how the authors of authorized street murals participate in the symbolic production and significance of urban space of Tijuana through street art. Among specific objectives, it was established to analyze street art as a field and, in that sense, locate objects in dispute. The theoretical starting point has been the field theory of Bourdieu, which allowed unraveling the forms of participation in urban interventions and the signification given to the practice by those who produce murals; having as an empirical basis, the interviews with current authors of street murals in Tijuana, painted under an authorization scheme. We also approach the phenomenon through the signification of the urban landscape produced by this practice, reviewing concepts such as appropriation, symbol and meaning. The main findings were the importance of the experiential dimension as a determinant of the forms of participation in the symbolization of the city with murals; hence it was possible to identify that the seniority of marking urban space revealed two logics that dispute the city, as well as tensions with the public administration to give significance to the landscape.

**Keys words:** street art, urban landscape, field, habitus, symbolization, murals, graffiti, symbolic production, significance, urban space.

# ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
Pregunta general.....	4
Preguntas específicas .....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos .....	5
Estrategia metodológica.....	8
<b>CAPÍTULO I: Discusión teórica acerca del cruce entre <i>campo</i>, <i>street art</i> y significación del paisaje urbano</b> .....	19
1.1 Campo, capital simbólico e <i>illusio</i> .....	20
1.2 ¿Por qué <i>street art</i> ? .....	23
1.3 Transmutación del campo: pretendientes vs. hegemónicos .....	28
1.4 Intervenir con <i>street art</i> : significar, simbolizar, apropiar y construir paisaje .....	32
<b>CAPÍTULO II: Antecedentes: un recorrido histórico-global hasta llegar a Tijuana</b> .....	38
2.1 Consideraciones para la aproximación histórica.....	40
2.2 Grabar en espacios públicos.....	42
2.3 El doble origen del graffiti y su entendido como <i>street art</i> .....	44
2.4 En la frontera tijuanaense .....	48
2.5 El contexto actual.....	53
<b>CAPÍTULO III: Participación desde experiencias diferenciadas: disputas y tensiones</b> .....	58
Conformación del campo en Tijuana .....	59
A. Disputas por el uso legítimo del espacio urbano (dentro de la lógica hegemónicos vs. pretendientes).....	62
B. Disputas de enunciación.....	70
[1] los <i>graffiteros</i> + otras autodefiniciones .....	71
[2] los no- <i>graffiteros</i> , sí otras definiciones .....	73
[3] los únicamente <i>graffiteros</i> .....	76
C. Disputas entre dos tipos de actores .....	79
D. Disputas de significación y resignificación.....	84
<b>CAPÍTULO IV: El <i>street art</i> en Tijuana: sentidos y significados</b> .....	89
4.1 Significado de tipo Educativo: vertiente sensibilizatoria .....	91

4.2 Significado de tipo Educativo: vertiente reivindicativa .....	93
4.3 Significado de tipo Político.....	94
4.4 Significado de tipo Económico .....	97
4.5 Significado de tipo Comunitario .....	99
4.6 Significado de tipo Lúdico.....	102
4.7 Significado de tipo Artístico .....	103
<b>CAPÍTULO V: Dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego .....</b>	<b>108</b>
5.1 Clandestinidad y visibilidad.....	109
5.2 Reglas del juego en el <i>street art</i> de Tijuana.....	117
5.3 Habitus dominante .....	119
5.4 La <i>illusio</i> : ¿para qué marcar? .....	120
5.5 Romper las reglas del juego .....	123
<b>CAPÍTULO VI: Experiencia ambiental-emocional: espacio apropiado, paisaje practicado .....</b>	<b>127</b>
6.1 Experiencia ambiental: <i>tijuanenses foráneos</i> .....	128
6.2 Apropiación: <i>espacios de nadie, espacios de todos</i> .....	130
6.3 Transformación: resignificar el espacio para reconfigurar las prácticas.....	131
6.4 Interacción: intervenir es dialogar.....	132
6.4 Significación: mensajes válidos o sancionados.....	135
6.5 Comunicación: potencial para incidir-persuadir y re-pensar el paisaje .....	136
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>141</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>147</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>152</b>
ANEXO 1 – Operacionalización.....	152
ANEXO 2 – Comunicado de prensa .....	154
ANEXO 3 – Fotos de murales borrados por el Ayuntamiento de Tijuana .....	155
ANEXO 4 – Gráficas de familias de códigos .....	158
ANEXO 5 – Boceto para mural sobre la lactancia materna.....	159

## ÍNDICE DE GRÁFICAS Y FIGURAS

Figura 1. Esquema metodológico.....	11
Figura 2. El circo mexicano sobre la tierra de nadie.....	51
Figura 3. La esquina de un mundo... Tierra .....	53
Figura 4. “A pesar de todo Tijuana se mueve” .....	54
Figura 5. Entijuanarte Revoluciona .....	56
Figura 6. Mural encimado.....	67
Figura 7. Mural de tipo Educativo vertiente sensibilizatoria .....	92
Figura 8. Mural de tipo Educativo vertiente sensibilizatoria .....	92
Figura 9. Mural de tipo Educativo vertiente reivindicativa .....	94
Figura 10. Mural de tipo Político .....	96
Figura 11. Mural de tipo Económico .....	97
Figura 12. Mural de tipo Comunitario .....	100
Figura 13. Mural de tipo Lúdico .....	103
Figura 14. Mural de tipo Artístico .....	104
Figura 15. Mural en colaboración.....	113
Figura 16. Mural de autores foráneos .....	116
Figura 17. Intervención con apoyo institucional.....	118
Figura 18. Mural con apoyo institucional .....	124
Figura 19. Aspecto de la Canalización del Río Tijuana “el canal” .....	139
Gráfica 1 .....	158
Gráfica 2 .....	158



## INTRODUCCIÓN

El *street art* se ha entendido como una expresión juvenil subversiva, contrahegemónica, transgresora y hasta vandálica. Sin embargo, existen vertientes del *street art* que discuten con esa noción y una de ellas es la del mural callejero realizado bajo autorización, cuya producción en Tijuana ha sido más visible en la última década. El mural callejero es una versión del *street art* que revela un fenómeno justamente en ese sentido: la práctica de intervenir el espacio urbano abandona su dimensión clandestina-ilegal, y adquiere legitimidad social e institucional, migrando así hacia campos como el del arte. Se registra un incremento en la aceptación de la práctica, una diversidad de autores de murales (exentos algunos de éstos de la experiencia criminalizada del graffitero) y, por lo tanto, un aumento en la producción de murales callejeros. El interés de esta investigación es estudiar la producción simbólica del espacio urbano de Tijuana a través del *street art* en su versión autorizada, analizando la participación de los diferentes agentes a partir de su experiencia en la significación del paisaje urbano. Se ha delimitado al *street art* en su expresión mural dado que existen muchas formas (técnicas y formatos) de intervención pictórica del espacio urbano; y se ha focalizado el estudio a la condición jurídica legal de la práctica. Asimismo, se ha puesto la centralidad en aquellos sujetos cuya producción sea constante y visible al intervenir la zona Centro de Tijuana.

La propuesta de este trabajo de tesis es analizar al *street art* como campo a partir de la teoría de Bourdieu, y con esas bases comprender el funcionamiento de dicho campo en Tijuana: ¿cuáles son los objetos en juego dentro del *street art*?, ¿qué posición ocupan los participantes?, ¿cuáles son las reglas inherentes?, ¿cuál es el capital específico?. Distinguido lo anterior, se busca identificar las fuentes de legitimidad en el *street art*, y a partir de ello analizar las formas de significación y apropiación del espacio con intervenciones pictóricas en muros. También interesa desentrañar los significados, sentidos y valores que los autores de murales atribuyen tanto al mural callejero como a su práctica, sin pretensiones de realizar un análisis semiótico ni de contenido frente a lo creado sino comprender –a partir del discurso de los sujetos de estudio y algunas otras voces (institucionales)– qué relación existe entre los sentidos otorgados y las formas de participación en el campo. De manera complementaria, nos planteamos revisar desde la experiencia espacial de los sujetos de estudio, en una aproximación fenomenológica, la

significación del paisaje urbano y las posibles tensiones frente a grupos o entidades no productoras de murales.

Esta investigación presenta pregunta, objetivos, estrategia metodológica, perspectiva teórica, antecedentes con marco contextual, resultados (análisis e interpretación) y conclusiones. Además, incluye imágenes de archivo personal (un registro fotográfico que he hecho de 2006 a la fecha) tanto de murales existentes al momento de la investigación como otros ya desaparecidos, las cuales dan cuenta de aspectos específicos desarrollados en esta tesis; contiene también imágenes del archivo de algunos realizadores de murales que autorizaron su uso para este trabajo, y otras tantas tomadas de la prensa fronteriza. De manera que esta tesis se convierte asimismo en un producto que documenta murales urbanos de Tijuana, registrando piezas que dada su inminente vulnerabilidad (a ser modificados, dañados o destruidos) han desaparecido o podrían hacerlo. La selección de imágenes se ha hecho con fines de reforzar lo explicado en el desarrollo de cada apartado que acompañan, mas no se propone como un catálogo visual ni tiene pretensiones semióticas. La centralidad de esta investigación se encuentra, como se ha mencionado, en el análisis de las formas de participación, por lo que se construye a partir de los sujetos entrevistados a fin de dar cuenta de procesos en el marco de los Estudios Culturales.

De manera introductoria al tema, cabe señalar que en Tijuana existen sujetos que modifican el paisaje urbano con intervenciones pictóricas de estilo muralístico desde hace al menos dos décadas, pero la producción de murales callejeros de manera autorizada ha incrementado considerablemente en los últimos ocho años, lo que se puede apreciar en diversas zonas de la ciudad aunque con mayor presencia en la zona Centro. Esto ha revelado la existencia de sujetos que participan de dichas intervenciones urbano-pictóricas no necesariamente como parte de un movimiento (artístico o social) ni respondiendo a lógicas marcaje como lo han hecho las identidades cholas o chicanas, sino que los sentidos que otorgan a su práctica son construidos desde otros referentes, donde no se pueden ignorar la condición de clase y los consumos culturales.

Existen, así, murales cuyas “aportaciones” no solo se expresan en términos materiales, es decir, la transformación no es solo de tipo estético frente al paisaje sino que modifican además las

lógicas del *street art* al realizarse bajo esquemas de autorización, lo que permite suponer la participación de sujetos que –como se ha dicho– responden a intereses distintos a una cuestión meramente territorial, rasgo que se ha entendido como inherente a las marcas tipo graffiti en condición de ilegalidad. La dimensión ilegal de la práctica devela a un actor que posee cualidades específicas: una vida urbana marginal [Giller, 1997], una identidad juvenil y un espíritu subversivo, desafiante frente a la autoridad. Numerosos estudios se han desarrollado en distintas latitudes abonando a la comprensión del fenómeno desde ese enfoque<sup>1</sup>: el de la apropiación del espacio urbano como reclamo de un derecho, como lenguaje de sujetos subalternos (o subalternizados) con perfil transgresor. Pero para el contexto actual, habría que observar los diversos factores que han producido en Tijuana actores que se insertan en el *street art* sin la experiencia del graffitero, sino que se apegan acaso a una intención interventiva del espacio urbano en el marco de las artes “formales”: la creación de la Escuela de Artes, ahora Facultad, de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) en 2003; la proliferación de carreras como diseño y arquitectura; la accesibilidad a nuevas tecnologías [Klein, 2012: 10]; y un reconocimiento social-institucional hacia la práctica. Las influencias de este perfil de creadores podrían no ser precisamente emanadas del graffiti tradicional u *old school*, ni vincularse a manifiestos identitarios de tipo barrial.

Existe, pues, la posibilidad de estar frente a una generación de productores de murales que adoptan la práctica motivados por otros referentes. O, acaso, hay quienes si bien se iniciaron en

---

<sup>1</sup> Como parte de la revisión realizada para el estado del arte, se toman como referentes algunas indagaciones sobre el fenómeno desde la perspectiva transgresora; entre los diversos materiales está el artículo de Javier Abarca “El papel de los medios en el desarrollo del arte urbano” (Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, España, 2010), donde por “arte urbano” refiere a “las formas de arte público ejecutadas sin permiso”. También encontramos que Justin Armstrong (en el artículo “The Contested Gallery: Street Art, Ethnography and the Search for Urban Understandings”, 2005) toma “*street art*” como un “arte no solicitado, adjunto de alguna manera a una superficie o colocado en la vista pública”. En cuanto a tesis consultadas, se ubicaron investigaciones que si bien distinguen la noción *street art* de *graffiti* por sus cualidades estéticas, les conciben como manifestaciones “ilegales”; tal es el caso de la tesis de Ronald Wrest “Graffiti as vandalism: an analysis of the intentions, influence, and growth of graffiti” (Master of Arts in Art en el College of Arts and Humanities, California State University, Fresno, 2012). Otra tesis que parte de la misma perspectiva es “El graffiti: expresión identitaria y cultural” (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2005) de Judith Arreola Loeza, quien para obtener el grado de Maestra en Comunicación estudió el graffiti como una “forma de expresión marginal”, que tiene entre sus constantes “la precariedad” y “un deseo de transgresión”. Finalmente, otro artículo pertinente para ejemplificar ese mismo enfoque es el de Fernando Figueroa-Saavedra titulado “Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio” (Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, España, 2007), donde no se habla solo de *graffiti* o *arte urbano* sino de “intervenciones de calle producidas por escritores de graffiti, artistas urbanos” o “activistas contraculturales”, intervenciones que el autor estudia como una “actividad cultural marginal” aunque sin negar su incorporación a la cultura de masas vía mediática o institucional.

la clandestinidad, posteriormente transitaron al ámbito legal (o navegan entre ambas posibilidades), de manera que producen murales con la autorización de los propietarios de los muros, por invitación, contratación o convocatoria. Poco se ha estudiado esta dimensión, la autorizada, y por ello interesa identificar las formas de participación de quienes realizan murales, distinguir los significados que le atribuyen a su práctica y conocer sus experiencias interviniendo la ciudad, a fin de comprender el funcionamiento del *street art* como campo –recurriendo a la teoría de Bourdieu– cuando en el espacio urbano se encuentran variados símbolos y formas de significación, emanadas de diversos actores. Éstas son algunas rutas que buscan responder la pregunta que funge como eje de este estudio.

- **Pregunta general**

¿Cómo participan los diferentes agentes en la producción simbólica del espacio urbano de Tijuana a través del *street art*?

- **Preguntas específicas**

- ¿Cómo se conforma el campo de *street art* en Tijuana?
- ¿Qué significados, sentidos y valores atribuyen los autores de murales a su producción y a práctica interviniendo el espacio urbano?
- ¿Quiénes son los sujetos que intervienen el espacio urbano en términos de similitudes y diferencias? ¿Qué perfil tienen?
- ¿Cuáles son las fuentes de legitimidad en el campo del *street art* en Tijuana?
- ¿Cómo transitan del ámbito ilegal al legal quienes cuentan con la experiencia de un marcaje desde la clandestinidad?
- ¿Cómo desde su experiencia construyen, practican y significan el paisaje urbano?

- **Objetivo general**

Identificar cómo participan los diferentes agentes en la producción simbólica del espacio urbano a través del *street art*.

- **Objetivos específicos**

- Analizar de qué manera se conforma el *street art* como campo en Tijuana, cuáles son los objetos en disputa.
- Identificar los significados del *street art* para quienes intervienen el espacio urbano con murales
- Diferenciar, mediante una revisión de su trayectoria, cómo se constituyen y qué características tienen los creadores de murales callejeros en Tijuana.
- Distinguir las fuentes de legitimidad en el *street art* de Tijuana, es decir, qué elementos entran en juego para que se les considere legítimos en el ámbito de la intervención de muros (la *illusio*, habitus dominante).
- Comprender cómo se da la transición de lo ilegal a lo legal para quienes cuentan con la experiencia de haberse iniciado en el ámbito de la clandestinidad.
- Revisar con base en su experiencia espacio-emotiva la manera en que construyen, practican y significan el paisaje urbano.

Como conjetura preliminar, hemos planteado que en el *street art* de Tijuana participan sujetos que al proponer murales bajo autorización buscan propiciar un diálogo con la ciudad y con quienes la habitan, esto a partir de experiencias que distan del perfil transgresor del graffitero con intenciones territoriales. Su práctica no se enmarca necesariamente dentro de una lógica antihegemónica, subversiva o subalterna, aún menos marginal. Ello detona disputas de sentido y de significación a partir de la manera en que respetan o rompen las reglas del *street art*, donde se pone en juego el *uso legítimo* de las paredes con intervenciones pictóricas al confrontarse dos lógicas: la de quienes iniciaron marcando la ciudad desde la clandestinidad, y la de quienes inscriben la mayor parte de su práctica en marcos de legalidad.

El interés personal por realizar esta investigación surge a partir de los recorridos cotidianos por Tijuana, una ciudad que empecé a habitar desde 1999 y que a la fecha me ha permitido tener domicilio en al menos cinco colonias. A pesar de contar en algunas ocasiones con el privilegio de conducir un automóvil, el transporte público “de ruta” ha sido el principal medio para los

traslados, ya sea a la universidad, al trabajo o la fiesta. El recorrido de taxis y autobuses (inamovible trazo urbano, salvo en casos extraordinarios) propicia que el pasajero, en su enajenación o curiosidad, observe desde la ventana los espacios con cierta familiaridad y, en algunos casos, advierta las modificaciones del paisaje que hacen las sutiles marcas, algunas de condición efímera. Así, los trayectos rutinarios me hicieron sentir los lugares como propios, y las pequeñas o muy visibles transformaciones expresadas en las paredes me condujeron a imaginar que la ciudad se comunicaba. Fue tal el vínculo que sentí crear, que comencé a tomar fotografías de cuanto *mensaje* nuevo encontrara (*stickers*, letras, posters...) y a compartirlas mediante un blog, logrando con ello, sin que fuera una intención consciente, un registro visual (de 2006 a la fecha) de numerosas marcas hoy inexistentes. Fotografié la ciudad con la confianza de quien siente le pertenece lo fotografiado, y al publicar las imágenes –sin pretensiones artísticas ni documentales– como intentando que esa *voz* se oyera, comprendí que aquellas marcas eran elaboradas por otros *dueños* del espacio. Percibí en ello un dinamismo, y a través de crónicas que acompañaban las imágenes metaforicé con la idea de ‘ciudad’ como un cuerpo público, un cuerpo que cualquiera puede (podemos) reclamar. El ejercicio periodístico hizo posible aproximarme en 2011 a algunos autores de las marcas fotografiadas y, así, a develar a los *responsables* de aquellas huellas que por años consideré anónimas. Pero el paso del tiempo con tan fija mirada a la ciudad también me permitió identificar una *evolución*: las marcas crecieron en cantidad y en tamaño, con lo que me formulé muchas preguntas: ¿Quiénes marcan? ¿Para qué? ¿Cómo lo hacen? Ello me llevó a querer indagar el tema desde un enfoque que sin ser periodístico ni *bloguero* se construyera a partir de quienes escriben-dibujan-diseñan en las paredes, en quienes estilizan y transforman ese cuerpo compartido.

Al revisar material académico sobre el tema, fue posible identificar que el *street art* de Tijuana ha sido estudiado mayormente desde la perspectiva del graffiti tradicional (expresión transgresora, juvenil, identitaria)<sup>2</sup>. Ante ello, consideramos importante reconocer que el *street art* ha crecido en cuanto a productores de murales, técnicas y significados que no necesariamente

---

<sup>2</sup> Extenso trabajo desde esta perspectiva ha desarrollado José Manuel Valenzuela Arce desde finales de los ochenta, con investigaciones que abundan en los movimientos cholo y chicano, en la frontera norte de México, y el empleo que dichas identidades hacen del espacio urbano marcando las paredes con aerosol. Recientemente (2012) Valenzuela Arce se ha abocado al estudio del graffiti tijuanaense, derivando sus investigaciones en el libro ‘Welcome amigos to Tijuana: graffiti en la frontera’, en coautoría con Jorge Sánchez, y en el documental ‘Entre el spray y la pared’. Asimismo, Jorge Sánchez realizó su tesis de maestría sobre la disputa por la significación del graffiti en Tijuana, donde analiza esta práctica desde su dimensión ilegal.

se apegan a dicha perspectiva: surgen nuevos agentes, nuevas intenciones y, acaso, nuevas tensiones. Por otro lado, participan de esta escena no solo los realizadores sino además los propietarios jurídicos de los muros, y los sectores gubernamental, artístico y comercial, en una suerte de revalorización de la práctica. Así, esta investigación toma como sujetos de estudio centrales a los productores de murales pero sin marginar otras miradas, como la de las instituciones que promueven la práctica o las autoridades que la sancionan aun cuando se realiza de manera autorizada. Otro aspecto distintivo en el enfoque que proponemos es precisamente que parte de una dimensión de legalidad, es decir, desvincula la común asociación del *street art* con el vandalismo; y diferencia el perfil de quienes marcan el espacio urbano en función a sus experiencias de ciudad, para evitar el agrupamiento de los sujetos como explicación al fenómeno.

Para el análisis de los sujetos respecto al *uso* del espacio con intervenciones de tipo mural, recurrimos a Pierre Bourdieu con la teoría de los campos, a fin de distinguir el funcionamiento del *street art* como sistema estructurado de posiciones y disposiciones a partir de reglas específicas, y de un habitus capaz de preservar o quebrantar dichas reglas. Esta aproximación busca comprender la posición de quienes participan de este marcaje, y desentrañar las particularidades de los productores de murales frente a perfiles ya construidos como el del graffitero con sentido tradicional u *old school*. Para comprender la participación de los individuos en la construcción de sentido del paisaje urbano tomamos nociones tales como apropiación del espacio y sentido de lugar, experiencia emocional-ambiental, símbolo y simbolización, y ciudad fragmentada.

Esta investigación se plantea como cualitativa, dado que la investigación cualitativa es un campo transdisciplinar y multimetódico que produce datos descriptivos, adquiere validez a partir quien investiga (con respaldo de una perspectiva teórica), se realiza en contacto con el trabajo de campo, y explica los fenómenos en función a las personas en un juego de doble hermenéutica: el investigador interpreta lo que los participantes a su vez interpretan. Metodológicamente, se emplea la entrevista semiestructurada al ser aquella donde existe un guion predeterminado pero no así la forma en que se desarrollan las preguntas [Álvarez-Gayou, 2003: 111]. En la entrevista semiestructurada si bien hay un orden en los temas (organizados en ejes temáticos), el modo en

que se formulan queda a la libre decisión y valoración del entrevistador, pues busca obtener elementos para la aproximación cualitativa a los fenómenos de estudio, no cuantificar a manera de encuesta. Para el análisis y posterior interpretación, se emplea el soporte informático Atlas ti que facilita la sistematización de las entrevistas, con la posibilidad de generar códigos, crear familias y establecer relaciones en función a una matriz conceptual construida con bases teóricas. En el siguiente apartado se desarrolla de manera puntual la metodología empleada tanto para el diseño previo al trabajo de campo, como para el análisis e interpretación posteriores.

### **Estrategia metodológica**

Esta investigación es de tipo cualitativo dado que busca comprender las formas de participación de los sujetos de estudio en el *street art* y la construcción de significación del paisaje urbano, por lo que no pretende presentar mediciones del fenómeno ni censar a los participantes. El estudio se lleva a cabo en la ciudad de Tijuana, Baja California, tomando como punto de entrada para el trabajo de campo a la zona Centro, mas no cierra sus alcances a dicha delimitación espacial pues busca dar cuenta del fenómeno en términos más amplios. En algunos casos, las entrevistas se lograron por un muestreo en cadena, y en otros se estableció el contacto de forma directa al acudir a actividades públicas donde estuvieron presentes autores de murales, o bien, fueron contactados vía telefónica y correo electrónico al consultar páginas de internet donde aparecen sus datos. Todas las entrevistas fueron presenciales, se grabaron en formato digital, y contaron con la autorización de cada entrevistado para emplearse con fines de esta tesis.

Cabe hacer algunas acotaciones en torno a las bases metodológicas sobre las que se construye esta tesis. De entrada es pertinente distinguir que en la investigación cualitativa los datos no se recolectan sino que se construyen a partir de objetivos específicos respaldados por un enfoque teórico; pero los datos a ser analizados se construyen desde la información, la cual se produce en interacción con los sujetos de estudio en diálogo con la teoría. En el paradigma cualitativo, la entrevista no es un mero recurso instrumentalista sino que reconoce “las relaciones afectivas en la que ponen en juego toda una serie de diversas plusvalías simbólicas” [Galindo, 1998: 293], de tal suerte que admite al sujeto entrevistado como un “canal informativo” [ídem] atravesado por una emocionalidad, un lenguaje y, por supuesto, una biografía propia [Álvarez-Gayou, 2003:



73]; todo ello inscrito en una experiencia cultural y social concreta, y además influido por el entrevistador que se considera una *interferencia* indispensable [Galindo, loc. cit.: 294]. Se trata de un proceso que admite a la comunicación como un fenómeno “frente al modelo informacionista dominante” [Galindo, loc. cit.: 293], del enfoque positivista con pretensiones holísticas.

El dinamismo conversacional de la entrevista reconoce el sentido subjetivo de la interacción misma, aunque dicha subjetividad no aparece explícita sino que está implícita todas las expresiones [González, 2006: 149], de ahí que el investigador se encuentre en una posición *activa-productiva*, pues es a partir de una previa construcción teórica asociada al *momento empírico* (y su “complejidad inabarcable”) que *produce* la información [Ibídem: 150-151]. Esto es: la producción de información deviene de “un modelo que representa una síntesis teórica en proceso permanente, que el investigador va desarrollando en su tránsito a través del momento empírico” [Ibídem: 150]. Esto significa que el investigador cuenta con marcos referenciales *abiertos* en su encuentro con los sujetos de estudio.

Dado el carácter “constructivo-interpretativo” de la investigación cualitativa, el investigador “tiene que superar la imagen del colector de datos que ha dominado el imaginario de la investigación científica” [Ibídem: 151-154], sin que ello implique una inmersión al trabajo de campo exento de un esquema de posibilidades observables resultado de un modelo teórico. Por ello, en esta investigación se han operacionalizado los conceptos centrales (anexo 1), al ser la operacionalización “el proceso de traducción de un concepto o constructo a observaciones” [Giner, et al., 1998: 545], faceta que si bien es polémica por su apariencia cuantitativa, resulta fundamental para el diseño de las entrevistas (y para estrategias tales como la observación participante y no participante) ya que permite “transformar” las abstracciones conceptuales “en hechos observables” y establecer de esa manera “definiciones de trabajo” [Selltiz, et al., 1980: 110]. La operacionalización es un procedimiento útil al proponer rutas analíticas que transitan de la teoría hacia una base empírica (¿cómo observar directamente el capital simbólico?, por ejemplo), pero a la vez conlleva riesgos cuando parece fragmentar los conceptos en operaciones sujetas a medición y, con ello, alejarse de las definiciones tradicionales [Goode y Hatt, 1988: 71, 73]. Es decir, la polémica radica justamente en “el desacuerdo respecto a la importancia de la

*definición operacional*”, donde el debate principal identificado por algunos investigadores sociales es “si un concepto es o no más útil y está definido con mayor precisión cuando describe las operaciones que observan, miden y registran un fenómeno dado” [Ibídem: 71]. Es así que se debe tener conciencia de los riesgos de inexactitud para definir un fenómeno cuando se apuesta por una definición operacional [Goode y Hatt, op. cit.], entendida como una definición construida a partir de las *operaciones* planteadas para su aproximación empírica. Sin perder eso de vista, la operacionalización de los conceptos presenta ventajas: por un lado, su cualidad pragmática para el diseño de entrevistas y para la inmersión al trabajo de campo: qué se busca, qué es observable (valdría anotar que “operacionalismo”<sup>3</sup> ha sido uno de los *conceptos populares* de la ciencia *intercambiable* con “pragmatismo” [Maxcy, 2003: 60]); por otro, la posibilidad de proponer redefiniciones aplicables al fenómeno concreto que se estudia. Además, contribuye a la organización y sistematización de los datos, una vez construidos en ese vaivén teórico-empírico.

En esta investigación se tomaron decisiones respecto a la delimitación espacio-temporal, los sujetos de estudio y los instrumentos empleados (Figura 1). Tales decisiones corresponden al diseño metodológico elaborado para alcanzar los objetivos en el trabajo de campo, considerando los recursos tanto materiales como temporales. Revisado lo anterior, la estrategia metodológica inicia con la delimitación espacial para acceder a los sujetos, más no limita su análisis a un espacio en concreto como recorte de la ciudad.

Éste no es un estudio sobre la producción de murales en una zona determinada, sino que busca –a partir de la selección del lugar– llegar a quienes participan de la realización de murales y entender, así, el fenómeno en términos más amplios. Por ello, se tomó como entrada para el trabajo de campo a la zona Centro de Tijuana, al ser un área que por sí misma cuenta con una fuerte carga simbólica (dadas sus condiciones histórico-contextuales), y ser además una zona predilecta por los realizadores de murales ante las posibilidades de visibilidad de sus piezas. Si bien son numerosas las colonias de la ciudad que cuentan con intervenciones de esta naturaleza, la zona Centro se presenta como un espacio que concentra gran cantidad elaboraciones de *street art* a cargo de una diversidad de actores y a partir de distintas iniciativas. El mural callejero

---

<sup>3</sup> *Operacionalismo* figura entre las corrientes *desafiantes* del pragmatismo, según apunta Spencer J. Maxcy. Las otras son el formalismo, fundacionalismo, sobrenaturalismo, constructivismo, coherentismo, causacionismo y efectivismo, y el realismo ingenuo y el relativismo radical.

producido en la zona Centro se plantea no como la unidad de análisis pero sí como el elemento que conduzca hacia a sus autores, quienes podrán o no extender los alcances de su producción hacia otros espacios, tanto de la ciudad como fuera de ella.

**Figura 1. Esquema metodológico**

Delimitación espacio-temporal	Zona Centro de Tijuana; junio de 2013 al 2014.
Sujetos de estudio	Productores vigentes de murales callejeros en Tijuana.
Criterios de selección	Autores de murales con al menos tres años de antigüedad en la intervención del espacio urbano de Tijuana, con producción constante en la zona Centro elaborada bajo autorización.
Fuentes de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Testimonio de los sujetos de estudio.</li> <li>- Declaraciones públicas.</li> <li>- Boletines oficiales.</li> <li>- Documentos oficiales.</li> <li>- Prensa.</li> <li>- Catálogos artísticos.</li> <li>- Sitios web.</li> </ul>
Instrumentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista semiestructurada.</li> <li>- Fotografía.</li> </ul>
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grabadora digital de audio.</li> <li>- Cámara fotográfica digital.</li> <li>- Programa computacional Atlas ti.</li> </ul>

Ubicar a los autores de murales a partir de identificarlos por su producción en la zona Centro permitió la continuidad de las entrevistas *en cadena*, dado que muchos de ellos conforman una red, en ocasiones a manera de *crew* (grupo o colectivo). Sin embargo, el principal criterio de selección fue que se trate de productores vigentes de murales en Tijuana: que su producción date de al menos tres años y sea constante, que sean autores de varios murales autorizados. Frente a ello, se descartó la posibilidad de entrevistar a sujetos que no se ajustaran a dicho criterio pese a que produjeran murales y tuvieran disponibilidad para participar en esta investigación. No se estableció una delimitación etaria. Tampoco hay criterios de origen ni de sexo. El periodo en que se realizaron las entrevistas fue de junio de 2013 a febrero de 2014.

Se empleó la entrevista semiestructurada por sus posibilidades de diálogo con los sujetos de estudio a partir de una ruta de tópicos a desarrollar, previamente delimitada en función a los objetivos de la investigación. También se eligió esta técnica –que algunos autores presentan

como “entrevista enfocada” [Galindo, 1998: 299]– por su cualidad flexible en cuanto al planteamiento de preguntas. En esta técnica “existe predeterminado [...] un tema o foco de interés, hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual hemos seleccionado a la persona objeto de la entrevista” [Ídem], es decir, el sujeto a entrevistar interesa porque “se conoce de antemano su participación en una experiencia que ha motivado el diseño de investigación” [Ídem]. Si bien es un acercamiento que direcciona las respuestas más que la entrevista en profundidad, por ejemplo, la entrevista semiestructurada busca aspectos concretos a fin de profundizar sobre un mismo asunto. Para esta investigación, se consideró una herramienta útil pues no ha sido objetivo de este estudio las biografías de los sujetos (sus narrativas, sus historias de vida) sino su participación en el *street art*; tópico que se presentó como preestablecido para realizar las entrevistas. El carácter *semiestructurado* permite que los cuestionamientos sean abiertos pero definidos conceptualmente y versen (acaso reiterativamente) sobre ejes temáticos concretos. Con esta técnica lo desarrollado por el entrevistado se espera que se convierta “en una disertación” donde “la experiencia subjetiva que se narra es una experiencia mediada por el acontecimiento” [Ibídem: 300]. Sin embargo, ello tiene como limitante marginar informaciones con potencial enriquecedor para develar otros procesos, así como conducir al sujeto entrevistado a redundar. Es pertinente mencionar que realizar entrevistas en profundidad se descartó no solo por el interés de focalizar los cuestionamientos, sino tras considerar el recurso del tiempo tanto para el trabajo de campo como para el análisis, la interpretación y la redacción de resultados; es así que se privilegió el diálogo con varios artistas por sobre estudiar la “configuración vivencial y cognitiva” [Ibídem: 299] de un menor número de productores de murales. Contar con varias entrevistas se estableció como relevante para lograr la construcción y comprensión del *street art* como campo.

Elegido el instrumento, se procedió a determinar los ejes temáticos. Éstos se diseñaron con base teórica a partir del esquema conceptual operacionalizado. Pese a no tener aspiraciones holísticas, se formularon diversos tipos de preguntas, aunque al momento de la conversación no se presentaron de manera estandarizada (es decir: no hubo cuestionario sino guía). Los tipos de preguntas fueron:

- Preguntas biográficas: lugar de origen, tiempo radicando en Tijuana; inicio y trayectoria en el *street art*, contexto inicial de su práctica; consumo cultural en la frontera.
- Preguntas sobre experiencia: descripción de conductas, acciones y actividades en su práctica.
- Preguntas sensoriales y sobre sentimientos: percepción de la ciudad, de los espacios intervenidos, de su práctica; respuestas emotivas respecto a sus experiencias. Influencias en el *street art*.
- Preguntas sobre conocimiento: noción del *street art* como movimiento, proceso o fenómeno social. Conocimiento de los términos para referir a la práctica.
- Preguntas de opinión: valoración del fenómeno de estudio, del trabajo de los otros autores de murales y de la ciudad.
- Preguntas de gran recorrido: descripción de las evoluciones-transformaciones de su práctica a través del tiempo, en particular el proceso de transición de lo *ilegal* a lo *legal* para aquellos que cuentan con la experiencia de intervenir el espacio urbano desde la clandestinidad.
- Preguntas de mini-recorrido: descripción de la elaboración de un mural autorizado desde la gestión de los muros; descripción de espacios, tiempos, hechos, personas, acciones, materiales, técnicas y estrategias.

También se emplearon fuentes secundarias para respaldar lo expresado por los sujetos de estudio. La principal fuente secundaria a la que se recurre es la prensa. Así también, esta tesis se apoya en boletines oficiales (Anexo 2), en el Reglamento de Gobierno de la ciudad, catálogos<sup>4</sup> y declaraciones públicas. Para esto último, se acudió a ruedas de prensa e inauguraciones de obra, convocadas por el Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC) y por el Instituto de Cultura de Baja California (ICBC), con relación a actividades de intervención artístico-urbana.

Tras lo anterior, se logró entrevistar a nueve productores de murales contemporáneos, cuyos nombres no son relevantes para los fines de este análisis así que se presentan por sus pseudónimos o firmas, lo que si bien permite ubicarles contribuye a una parte de la interpretación

---

<sup>4</sup> Catálogo del Festival Entijuanarte “Frontera creativa” 2010, el cual fue presentado el 29 de enero de 2014, pero facilitado por el director general del festival el 19 de diciembre de 2013. Catálogo “Arte Urbano GDL” del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes Jalisco, 2010.

del fenómeno. Se contó con la autorización (firmada, expresada verbalmente y en algunos casos grabada en audio) de cada sujeto de estudio para emplear sus pseudónimos y firmas en esta tesis.

Los entrevistados fueron:

- 1) Shente (entrevista realizada el 17 de julio de 2013)
- 2) Libre (entrevista realizada el 23 de julio de 2013)
- 3) Kafy (entrevista realizada el 30 de julio de 2013)
- 4) Once Cero Dos –1102– (entrevista realizada el 31 de julio de 2013)
- 5) Spel (entrevista realizada el 16 de agosto de 2013)
- 6) Panca (entrevista realizada el 5 de enero de 2014)
- 7) El Norteño (entrevista realizada el 8 de enero de 2014)
- 8) Escudero (entrevista realizada el 18 de febrero de 2014)
- 9) Shekz (entrevista realizada el 20 de febrero de 2014)

Las entrevistas a los creadores de murales se realizaron tras varios acompañamientos a espacios donde se encontraban pintando, de manera que además de lo registrado en la grabadora digital se contó con notas en diario de campo a raíz de las conversaciones establecidas con ellos.

Aunado a este grupo, se realizaron entrevistas a otros sujetos involucrados directa o indirectamente en la producción de murales en Tijuana. Se incluyeron por su participación como creadores o gestores de la realización de murales, a fin de proveer de otras miradas al fenómeno. Aquí se presentan sus nombres y cargos u oficios:

- 10) Julio Rodríguez Ramos, director general del festival Entijuanarte (entrevista realizada el 19 de diciembre de 2013).
- 11) Oscar Ortega, artista plástico (entrevista realizada el 19 de diciembre de 2013).
- 12) Luis Garzón Masabó, artista plástico, profesor de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Baja California, fundador de Reacciona Tijuana (entrevista realizada el 11 de febrero de 2014).

En el grupo de los productores de murales callejeros existe heterogeneidad en aspectos tales como la antigüedad en el campo del *street art*, oscilando los rangos desde finales de la década de los ochenta (dos de los entrevistados cuentan con una trayectoria de más de 25 años) al 2010. Este elemento, la antigüedad, es una de las características que entendida a partir de la teoría de los campos de Bourdieu permite adentrarnos al análisis de las formas de participación y a la importancia (contextual, biográfica) de la experiencia en el campo como componente diferenciador que determina de qué manera se interviene el espacio urbano, bajo qué lógicas y persiguiendo qué fines.

Cada uno de los aspectos diferenciadores que explican las formas de participación en el *street art* se desarrolla con base en la sistematización de los datos. Para ello, las entrevistas (registradas en audio y posteriormente transcritas íntegramente) fueron codificadas a través del soporte informático Atlas Ti, programa computacional que permite identificar relaciones complejas (interconexiones) entre los datos de la investigación cualitativa a partir de la creación de categorías [Álvarez-Gayou, 2003: 198]. La categorización, entendida también como la agrupación de códigos en *familias*, surge a partir de identificar patrones en la información, lo que facilita la construcción de explicaciones y la elaboración de interpretaciones en articulación con la teoría. De ello se recuperan pasajes (o citas) significativas. Conviene puntualizar que este recurso facilita, ubica, ordena y prepara los datos, pero no lo hace de manera automática (ni autónoma) sino a partir del investigador, quien *convierte* el dato en unidades analizables. De manera que este soporte informático se emplea en esta investigación para una parte de los resultados, que es la sistematización de los datos; pero Atlas Ti no crea códigos, ni establece relaciones entre códigos o familias. El análisis e interpretación se construye desde quien investiga.

Los códigos generados se presentan aquí con su descripción:

**Antigüedad en el campo:** Tiempo que el sujeto tiene dedicándose a intervenir el espacio urbano.

**Apropiación del espacio:** Maneras en que el sujeto interviene: negociando, transgrediendo, gestionando, otras.

**Autodefinición:** Manera en que el sujeto se refiere a sí mismo en el ámbito de la intervención del espacio urbano.

**Capital simbólico:** Recurrencia a nociones como reconocimiento, prestigio, notoriedad.

**Construcción del pseudónimo:** De contar con un pseudónimo para firmar en el espacio urbano, descripción de su origen y significado.

**Designación a la práctica:** Maneras en que el sujeto de estudio designa a la práctica de intervenir paredes del espacio urbano.

**Disputas por el espacio:** Tensiones entre los sujetos por el uso del espacio urbano con *street art*.

**Entrada al campo:** Manera en que el sujeto ingresa al campo del *street art*.

**Experiencia en galería:** Exposiciones que ha montado en espacios cerrados. Postura del sujeto entre el arte público-callejero y el arte de galería.

**Formación profesional:** Estudios superiores del sujeto.

**Formas de intervención:** Otras maneras de marcar el espacio urbano, además del mural.

**Frontera representada:** Influencia de la condición fronteriza en el sujeto; representación de la frontera en su producción.

**Influencias en el *street art*:** Influencias del sujeto en la intervención de paredes: artistas plásticos, graffiteros, muralistas, arquitectos, movimientos cholo o chicano.

**Materiales y técnicas:** Tipo de materiales y técnicas empleadas en la intervención de paredes.

**Noción de la ciudad:** Postura del sujeto frente a la publicidad, frente a las autoridades, y valoración del espacio urbano.

**Noción de lo autorizado:** Postura que el sujeto tiene de la práctica en su dimensión autorizada.

**Noción de lo ilegal:** Postura que el sujeto tiene de la práctica en su dimensión clandestina.

**Noción del “otro”:** Postura del sujeto frente a los otros que asimismo intervienen el espacio urbano con murales.

**Pertenencia a *crews*:** Si es o ha sido miembro de un colectivo o grupo de graffiteros. Maneras en que la lógica de *crews* determina su noción de la práctica.

**Propuesta estético-conceptual:** Descripción de su trabajo pictórico al momento de la entrevista.

**Redes sociales:** Circuitos donde se mueve el sujeto: institucional, académico, artístico, otros.

**Significados a la práctica:** Significados, sentidos y valores atribuidos al mural callejero.

**Transición ilegal-legal:** Contexto y motivos por los cuales el sujeto con experiencia en el ámbito clandestino ha optado por una práctica legal de intervención con murales.



Así, se crearon siete familias. Aquí se presentan con la relación de códigos que agrupan:

- ***Participación experiencial***. Códigos: Antigüedad en el campo, Apropiación del espacio, Entrada al campo, Experiencia en galería, Formación profesional, Pertenencia a *crews*, Transición ilegal-legal.
- ***Participación simbólica***. Códigos: Autodefinition, Construcción de pseudónimo, Designación de la práctica, Disputas por el espacio, Frontera representada, Influencias en el *street art*, Noción de la ciudad, Noción del “otro”.
- ***Práctica simbólica***. Códigos: Noción de lo autorizado, Noción de lo ilegal, Propuesta estético-conceptual, Significados a la práctica.
- ***Capital social***. Códigos: Pertenencia a *crews*, Redes sociales.
- ***Práctica material***. Códigos: Formas de intervención, Materiales y técnicas.
- ***Capital cultural***. Códigos: Experiencia en galería, Formación profesional.
- ***Capital simbólico discursivo***. Códigos: Capital simbólico, Redes sociales.

Esta clasificación permite un acercamiento al fenómeno de estudio identificando regularidades (patrones) en la información una vez organizada. También permite proponer construcciones conceptuales que expliquen el fenómeno de estudio.

Finalmente, otro instrumento empleado de manera complementaria es la fotografía, cuya finalidad fue registrar el trabajo de algunos realizadores de murales al momento de la elaboración de sus piezas. La utilización de una cámara fotográfica no fue constante dado que no se acompañó a todos los entrevistados a ocasiones de realización de murales. Al no ser una técnica principal sino adyacente, no se diseñó una metodología para su empleo. Se toma aquí como un recurso de carácter documental o ilustrativo más que para obtener-construir elementos de análisis. Se incluyen, de esta manera, fotografías capturadas durante el trabajo de campo, fotografías de archivo propio (que datan del 2006 a la fecha), y fotografías de otros autores cuyo empleo para esta tesis fue autorizado por los productores de murales<sup>5</sup>, y fotografías tomadas de la

---

<sup>5</sup> La autorización para el empleo de fotografías de otros autores fue verbal y, en algunos casos, grabada en audio digital.

prensa. Cada imagen que se incluye en esta tesis se acompaña por una ficha con los datos del autor del mural, autor de la fotografía y año en que fue tomada; en algunos casos se indica la ubicación de la pieza. El propósito de este recurso es *mostrar* el fenómeno analizado desde la voz de los sujetos de estudio, presentando parte de su producción.

Tras el análisis e interpretación de los datos, los resultados se presentan en tres capítulos:

- Capítulo III: Participación desde experiencias diferenciadas: disputas y tensiones.
- Capítulo IV: El *street art* en Tijuana: sentidos y significados.
- Capítulo V: Dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego.
- Capítulo VI: Experiencia ambiental-emocional: espacio apropiado, paisaje practicado.

Tales capítulos se suman a uno en el que se desarrollan los fundamentos teóricos, y otro que da cuenta de los antecedentes del fenómeno y el contexto actual.

## **CAPÍTULO I: Discusión teórica acerca del cruce entre *campo*, *street art* y significación del paisaje urbano**

Además de repasar y desarrollar aquellos conceptos que guían el análisis en esta tesis, revisando sus definiciones teóricas y en algunos casos sus riesgos conceptuales, este capítulo se ha propuesto como un primer espacio para articular teóricamente el fenómeno de estudio que aquí interesa: el *street art*. El objetivo de ello es justificar la selección teórica y dilucidar sus posibilidades analíticas en las que se abunda en los capítulos de resultados.

En correspondencia con la pregunta que guía esta investigación, la teoría de los campos de Bourdieu se propone como el eje central de análisis, por lo que aquí iniciamos con una revisión de los conceptos *campo*, *capital simbólico* e *illusio*, a partir de los cuales se construye (y, posteriormente, analiza) el *street art* como una estructura con reglas particulares en la que se puede distinguir un capital específico, e identificar un habitus en los participantes. Enseguida, priorizando la necesidad de especificar la decisión de emplear el término *street art* frente a nociones como “arte urbano” o “graffiti”, se explica por qué es pertinente para este enfoque una definición amplia en cuanto a técnicas, actores, estrategias y discursos para aludir a la intervención pictórica en paredes del espacio urbano. Como tercer aspecto, presentamos un apartado que sirve de antesala a los resultados, a propósito de la *transmutación* de los campos. Dicho apartado alude concretamente a los participantes del *street art*, entendidos como hegemónicos (o dominantes) y como pretendientes (los de nuevo ingreso al campo). La finalidad de ello es comprender con base teórica las disputas o acuerdos entre agentes que derivan en la modificación de las reglas del juego. En otras palabras: se anticipa las posibles formas de participar del *street art*.

Aunado a lo anterior, al tratarse de un tema eminentemente espacial (afirmación acaso aplicable para todo proceso social-cultural pero cuya finalidad aquí es obviar la imposibilidad de ignorar la cualidad urbana del fenómeno), se presenta un recorrido por los conceptos *experiencia*, *apropiación* (del espacio), *símbolo*, *paisaje* y algunas perspectivas de *ciudad*, de donde interesa dar marco al estudio de las prácticas sociales espacializadas, prácticas que por su naturaleza pueden resultar en disputas por la ocupación-significación o, bien, en estrategias de resignificación y agencia. El punto toral de dicho apartado es entender al espacio como una

construcción social y cultural de la que participan sujetos tanto en lo cotidiano –y de manera anónima– como desde posiciones de poder, y entender también a la ciudad no como cosa acabada ni contenedor de fenómenos sociales, sino como un proceso en constante transformación; ciudad como articulación multidimensional que moldea y es moldeada por quienes la habitan, recorren, observan, marcan. Respecto a esto último, proponemos perspectivas para analizar al mural callejero con relación al espacio (mural como símbolo, como estrategia de apropiación, como emocionalidad comunicativa patrimonial), con la cautela de no aparentar que se hace estudio estético, semiológico o urbanístico, mas sí reconociendo que con el análisis de las experiencias de los participantes del *street art* –en su entendido fenomenológico– nos aproximamos a una comprensión de la ciudad como “espacio practicado”, espacio con *lugares* apropiados por modificación o significación capaces de brindar a los usuarios *titularidad* emocional-psicológica-moral y con *territorios* de identificación simbólica individual o grupal, en tanto procesos de acción-interacción-transformación.

### **1.1 Campo, capital simbólico e *illusio***

La intervención de paredes del espacio público urbano con *street art* (en su definición amplia que alude a una heterogeneidad de técnicas, materiales, sujetos y significados) analizada desde la perspectiva de los campos de Bourdieu permite identificar a agentes que fungen como dominantes y otros más como pretendientes, tomando en cuenta trayectorias y legitimidad. Para entender el mecanismo que opera dentro de dicho campo y observar tales clasificaciones, proponemos revisar el capital simbólico, ubicar las reglas del juego y desentrañar así los efectos de la *illusio*.

Dentro de las precisiones conceptuales, conviene empezar por la noción de campo: se trata de un sistema estructurado de posiciones y disposiciones que posee propiedades y reglas particulares, las cuales son conocidas y reconocidas por quienes forman parte de dicho campo, participantes que además se disputan un *objeto* que está en juego para alcanzar un capital específico [Bourdieu, 2008]. Un campo, pues, puede ser entendido como un sector determinado, un circuito, ámbito, terreno o esfera en la que se desarrolla una actividad en concreto (una actividad social). Ejemplos de esto son el campo educativo, el del periodismo, la política, la filosofía, la medicina, el deporte, las artes. Es decir: toda estructura simbólica relativamente autónoma que posea una lógica particular (las reglas del juego), que opere como un sistema de relaciones

sociales y a cuyos participantes les corresponde un *habitus* específico bajo el cual han de guiarse las acciones, pensamientos y percepciones [Bourdieu, 2007b].

Los participantes compiten por los beneficios específicos del campo, los cuales están marcados en función al capital simbólico. Cabría aquí definir, entonces, *capital simbólico* a propósito de analizar sus efectos dentro del campo del *street art*. El capital simbólico es cualquier propiedad reconocida por los agentes sociales dentro de un campo, propiedad capaz de generar poder simbólico, plusvalía simbólica, mercado de bienes simbólicos y violencia simbólica [Fernández, 2013]. Bourdieu distingue cuatro tipos de capital: cultural (éste, a su vez, puede ser identificado en tres estados: institucionalizado, objetivado e incorporado), económico (que básicamente es la riqueza acumulada en bienes materiales, posesiones, dinero), social (aquellas redes sociales capaces de brindar beneficios) y simbólico (como la notoriedad, el prestigio); pero este último abarca los primeros tres, es decir, cualquier tipo de capital tiene validez en tanto reconocido. Para ejemplificar esto, en el *street art* en su dimensión ilegal-clandestina bajo la lógica de *crews* (grupos o colectivos), la ubicación de las *pintas* ha sido considerada una fuente de prestigio en la medida que éstas se aprecien en lugares riesgosos [López, 1998: 178], ya sea por la complejidad en cuanto al acceso o por su naturaleza desafiante (espacios *prohibidos* como vehículos policiales o inmuebles de gobierno, o *sagrados* como iglesias).

Todos los capitales poseen el atributo de la convertibilidad, en otras palabras: un tipo de capital puede convertirse en otro. Así, quien posea capital cultural institucionalizado –títulos académicos– podría, por ejemplo, convertirlo en capital social al inscribirse en nuevas redes dada la legitimación otorgada por el Estado, lo que a su vez le permitirá acceder a mayor capital económico, si se le contrata o se le conceden becas u otros beneficios monetarios. De ahí las nociones antes señaladas, como plusvalía simbólica: las personas se cotizan más y mejor a partir de su capital global acumulado. Habría que precisar también, que el capital global permite distribuir a los individuos en el espacio social, en la sociedad misma. El espacio social [Bourdieu, 2007a] es el conjunto de posiciones “distintas y coexistentes” en las que se sitúan los individuos a partir del capital cultural y del capital económico, los dos principios de diferenciación. A mayor capital global, más elevada la posición en el espacio social; a menor capital global, más baja la posición. Es aquí, en el espacio social, donde se da la distinción entre los individuos que permite acaso pensarlos en categorías de clase social. El espacio social, según

plantea Bourdieu, es predictivo ya que tras la ubicación de los individuos en este modelo es posible prever los encuentros de afinidades: las personas más próximas en el espacio social son más proclives al acercamiento, como del no encuentro ni entendimiento quienes se encuentran más distantes. Interesa este planteamiento ya que ligado al de capital social permite analizar a los sujetos que participan del *street art* no solo por los significados que otorgan a su práctica sino también por su consumo cultural, formación, redes y experiencia en otros ámbitos.

Otro concepto de necesaria revisión es la *illusio*, mismo que Bourdieu [1999: 25] explica como la “creencia fundamental en el interés del juego y el valor de que se ventila en él que es inherente a esa pertenencia”. La *illusio* tiene efecto sobre las acciones que los individuos llevan a cabo para alcanzar los beneficios del campo, dado que éste ejerce influencia sobre la perspectiva y las acciones de los participantes [Di Cione, 2006]. En este estudio no se planteó *a priori* qué elementos podrían constituir la *illusio*, a pesar de que en la indagación para el estado del arte encontramos que son recurrentes las visiones que atribuyen a quienes marcan las ciudades búsquedas de tipo identitario-territorial (acaso una cuestión de *identidades territorializadas* a escala barrial-local); aquí se privilegió (como cuestión metodológica aliada con la teoría y demarcada por un planteamiento de investigación con objetivos específicos) el testimonio de los sujetos de estudio, lo que permitió pensar en el valor y el interés por el juego *desde* los participantes del campo, cuyas experiencias están atravesadas por la posición que ocupan.

Tras este repaso teórico, buscamos responder: ¿cómo funciona el campo del *street art*? ¿cuál es su capital específico? ¿cuál el objeto en juego? ¿cuáles son las reglas y las fuentes de legitimidad? ¿qué efectos tiene la *illusio*? ¿cómo se constituye el *habitus* en quienes participan de dicho campo? ¿a quiénes y por qué se les consideraría los *dominantes*, y a quiénes *pretendientes*? En este capítulo se anticipan algunas articulaciones entre la teoría y el objeto de estudio, pero de manera extensiva se abunda en ello en los capítulos de resultados, que se presentan respaldados por el trabajo de campo desarrollado para esta tesis. Pero para sostener la construcción del *street art* como campo y analizar cómo opera, presentamos una justificación teórica sobre la selección de dicho término frente a otros asociados a la práctica de intervenir paredes del espacio urbano con imágenes.

## 1.2 ¿Por qué *street art*?

El *street art* es entendido aquí como la práctica interventiva de paredes del espacio público urbano con distintas técnicas y materiales, sin distinciones de estéticas, discursos ideológicos ni significados otorgados por quienes participan de tales intervenciones. De esta manera, agrupa formatos como la firma (marcaje textual o letras, también conocidos como *tag*, pinta o placazo), consigna, mural, cartel, estencil o pegatina. Pero la centralidad de la investigación se encuentra en quienes realizan murales callejeros de forma autorizada, es decir, no clandestina.

Es pertinente aclarar que si bien existen otros términos para designar a la práctica, fundamentalmente interesa aquí evitar la discusión conceptual en la que diversos autores (a partir de las aportaciones de los medios de comunicación, críticos de arte y los propios artistas urbanos o graffiteros) han discurrido para distinguir lo que pudieran representar *subcampos*; distinciones construidas por cuestión de estilos, perfil de los sujetos (si son escolarizados frente a los que devienen de sectores marginados, por ejemplo) y discursos. Pero no se ignoran términos como *graffiti*, *postgraffiti*, *neograffiti*, *muralismo [urbano]*, *neomuralismo*, *wallartismo*, *artivismo*, *graffitectura*, *arterrorismo*<sup>6</sup>; ni las designaciones en español *arte urbano* y *arte callejero*. Estas últimas, pese a que pueden considerarse traducciones de *street art*, se han descartado porque conceptualmente presentan mayor ambigüedad: ‘arte callejero’ o ‘urbano’ remite a toda intervención inventiva que tiene como escenario la ciudad y que conserva un estatus de “sin permiso” [Abarca, 2010], de manera que bajo esta noción no se discriminaría expresión alguna mientras surja en lo urbano y posea matices de creatividad (sea acto teatral, musical o dancístico) o de entretenimiento (como estatuas vivientes, mimos, magos, payasos...). En cambio, en inglés *street art* mantiene mayor constancia conceptual, cerrando su definición a aquella práctica de intervención pictórica del espacio urbano que pudiendo o no ser clandestina (ilegal) deja huellas que modifican –de manera menos fugaz que las prácticas antes ejemplificadas– la estética de las ciudades.

Cierto es que no existe un acuerdo teórico [Klein, 2012: 3], pero para los fines de este estudio la definición que mejor conceptualiza al *street art* es aquella que incluye las dimensiones espacial y

---

<sup>6</sup> El trabajo realizado por Banksy (pseudónimo de un artista urbano británico) ha sido denominado *arterrorism* por medios de comunicación dadas sus irrupciones en el espacio público. Las temáticas que aborda: crítica a la guerra y a al consumismo, sarcásticas alusiones al sistema monárquico. Emplea el estencil como técnica principal e incluye en sus piezas elementos de la cultura pop.

temporal, además de sus posibilidades estéticas (como producto) y sociales (como práctica y proceso): *street art* ha de definirse entonces como las “formas duraderas de la transformación estética de lugares públicos<sup>7</sup>” [Visconti et. al., 2010: 514], con lo que se eluden los espacios cerrados (no públicos) y los actos performance urbanos señalados; al mismo tiempo se admiten técnicas, materiales, formatos (piezas en pared o piezas con volumen, escultóricas), significados, actores, lienzos (paredes de inmuebles, transporte público, monumentos, señalizaciones viales, banquetas...) y condición jurídica (legal o ilegal) heterogéneas. Por lo anterior, *street art* resulta la noción más adecuada para referir al fenómeno urbano que es motivo de esta investigación, además de tratarse de un término que a pesar de provenir del idioma inglés no es ajeno a los sujetos de estudio, acaso por su ubicación en frontera con los Estados Unidos.

También resulta relevante mencionar los motivos para descartar el término con el que más comúnmente se designa al acto y resultado de pintar en paredes del espacio urbano: *graffiti*<sup>8</sup>. Si bien éste es el término moderno para una actividad que existe desde que existe la humanidad misma (pintar en muros) y alude en su composición semántica a la grafía o el garabato, su connotación social se superpone a toda etimología, debido a la fuerte carga de significado atribuido con relación al pandillaje, a lo barrial y al vandalismo, como manifestación subversiva<sup>9</sup>. Esta connotación negativa se ve respaldada y promovida (legitimada) por el Estado, a través de los reglamentos para las ciudades, donde existen sanciones para quien cometa la falta de rayar –*graffitear*– los espacios urbanos, actividad que se cataloga como infracción “que afecta el patrimonio público o privado”<sup>10</sup>. Las campañas y programas emprendidos por las Secretarías de Seguridad Pública en coordinación con los Sistemas Educativos denominados “antigrffiti”, producen y reproducen tal asociación: graffiti como práctica –y como modificación visual del entorno– de carácter negativo, como “daño” que hay que abatir. Entendido lo anterior, *graffiti* sería un concepto del que escapa la práctica de intervenir paredes con autorización (la realización

---

<sup>7</sup> En el texto original: “durable forms of aesthetic transformation of public settings”.

<sup>8</sup> Las nociones que los sujetos de estudio tienen de ‘graffiti’ y ‘*street art*’ u otros términos, se desarrolla en los resultados: Capítulo III, apartado B (“Disputas de enunciación”).

<sup>9</sup> En el capítulo relativo a los antecedentes se profundiza en el origen de la práctica con sentido de marcaje urbano de carácter antihegemónico.

<sup>10</sup> El artículo 106 del Reglamento Bando de Policía y Gobierno para el Municipio de Tijuana, Baja California, establece –dentro de su Capítulo II– como una de las infracciones que afectan el patrimonio público o privado: “Pegar, rayar, pintar, escribir nombres, leyendas o dibujos en la vía pública, lugares de uso común, edificaciones públicas o privadas sin contar con el permiso de la autoridad municipal o de la persona que pueda otorgarlo conforme a la ley”. Si bien no se emplea el término *graffiti*, sí se respalda la connotación negativa con los programas que el mismo ayuntamiento denomina “antigrffiti”.



de murales callejeros con previa negociación por el uso del espacio, por ejemplo), y cuyo estigma social le circunscribiría al terreno de lo ilegal al tener un estatus criminalizado. De ahí que se considere un concepto que ya no es contemporáneo debido a que se asocia a “imágenes de vandalismo y destrucción” [Ganz, 2008:10]. La estigmatización de la palabra “graffiti” ha penetrado en el sentido común, tomándose como sinónimo de *rayas* y letras a base de aerosol que *ensucian* las ciudades. No se pretende aquí debatir sobre la definición correcta en términos de origen ni defender una postura de reivindicación enunciativa, sino entender al *street art* como campo en tanto admite aquello que se considera graffiti (transgresor) y aquello que se considera arte en lo urbano.

Dicho esto y articulándolo con la teoría bourdiana, es posible hablar de habitus, reglas y capital simbólico en el *street art*, para lo cual (sin ahondar) proponemos un repaso histórico<sup>11</sup> (ya que conocer la historia del campo es conocer su funcionamiento). Desde la década de los sesenta se empezó a configurar el campo del *street art* que, si bien puede tener sus antecedentes en diversas raíces, adquirió una ‘identidad’ propia que le especificó y constituyó como un sistema dotado de propiedades particulares. Sin retroceder en el tiempo hacia el muralismo mexicano posrevolucionario ni mucho menos a las pinturas rupestres (que de cualquier forma estarían circunscritas a otros campos), la práctica de pintar en muros con las características exclusivas del *street art* se sitúa en un doble origen [López, 1998: 176]: hacia finales de los sesenta en Nueva York, jóvenes inmigrantes realizaron pintas en espacios públicos urbanos que exhibían sus apodos, esto frente a una invisibilización de carácter social (comunidades segregadas), a manera de marcaje con una intención territorial en una suerte de *auto-dibujamiento* en el espacio (público y social) del que estaban marginados; y, asimismo, durante las manifestaciones universitarias en Francia en 1968, fueron empleadas las paredes para expresar mensajes de protesta en exigencia de “derechos civiles, políticos y sociales”. Esto le empezó a dar el carácter subversivo y transgresor a la práctica, aunado a una naturaleza clandestina por tratarse de irrupciones en el espacio urbano del estatus ilegal. Así, otra característica identificable en la lógica del *street art* ha sido su postura antihegemónica. Es importante apuntar que, atendiendo a su origen, posee atributos tales como emerger de identidades juveniles subalternas y marginales.

---

<sup>11</sup> Esto se presenta de manera ampliada en el *Capítulo II Antecedentes: un recorrido histórico-global hasta llegar a Tijuana*.

Dichas características conforman la condición primigenia del campo; pero entrando en décadas como los ochenta y noventa, tanto en los Estados Unidos como en Europa y América Latina se consolidaron los *crews* (grupos que pueden o no tener rasgos barriales y de pandillaje). En esa época se fortaleció el sentido territorial del *street art*, derivando esto en disputas por el uso y significación del espacio urbano (el uso de las paredes): una especie de conquista y defensa limítrofe, no necesariamente con mensajes hacia las autoridades sino codificaciones que habrían de ser entendidas-decodificadas por los *crews* rivales, mensajes endogrupales (hacia esos “otros” que conocen las reglas del juego). El sentido temerario fungió como un detonador de prestigio – capital simbólico que opera en cualquier campo–, al disputarse no solo el mayor número de paredes rayadas-marcadas, sino los espacios más visibles y riesgosos (lo alto de edificios, puentes y letreros viales), la complejidad y dimensiones de los trazos (como las *bombas*, que son elaboraciones de mayor escala ya no con aerosol únicamente sino en ocasiones con brocha y/o rodillo, lo que supone una mayor inversión de tiempo, y pone a prueba la creatividad). A todas esas particularidades, tanto estéticas como de usos y sentidos, en el siglo XXI se les considera *Old School* dada la diversificación de técnicas, significados y sujetos que lo practican, y la polisemia que las *piezas* presentan.

En este estudio tomamos el término “pieza” como sinónimo del *street art* producido en el formato mural (mural callejero) por dos motivos: uno deriva del propio campo que como tal posee no solo sus reglas sino su lenguaje, una suerte de argot *de la calle* decodificado por los participantes del *street art* que conocen (y reconocen) el sentido *Old School*, para el que existen tipologías en función a los estilos plasmados. Algunos estudios recogen las expresiones de este campo y las explican a manera de glosario, o *Graffitario* [Arreola, 2005: 141], de donde – respaldado con el trabajo de campo– tenemos que *pieza* equivale justamente a los murales, sean pictóricos o textuales, autorizados o clandestinos; producción que se distingue de las otras marcas (*tags*, *throw ups* o *bombas*<sup>12</sup>) por sus dimensiones y complejidad estética. El segundo motivo por el cual elegimos *pieza* para referir al mural callejero emerge del valor atribuido por sus autores a este tipo de creaciones en su potencialidad como *obra de arte* y a la transmutación de los campos, dado que –en función a sus redes, tipo de producción y legitimación– se inscriben

---

<sup>12</sup> *Tag*, del inglés “etiqueta”, es la forma más tradicional de marcar: es la firma o *placazo* donde generalmente se escribe el pseudónimo [individual] o el nombre del *crew*. *Throw ups*, del inglés “vomitar” o “lanzar al aire”, son letras anchas cuya finalidad es saturar el espacio de manera que no es relevante cuidar la ejecución de lo pintado/escrito.

(o pueden hacerlo) en el campo del arte. Lo creado, en este caso el mural, aun considerándosele *producción artística* no constituye un *valor cultural* en su “objetividad autónoma” sino que está sujeto a “ordenaciones y normatividades”, a ideales, y por ende a una significación [Simmel, 1998: 123]. La premisa de lo anterior es axiomática: las personas construyen (construimos) la realidad social. Con esto queremos distanciarnos de una postura que asuma o defienda lo creado como objeto/producto de valor artístico-patrimonial *per se* desvinculándolo de lo que le rodea, de aquello que le puede caracterizar justamente como una *pieza* a inventariarse dentro de los bienes culturales. Los murales (elaboraciones concebidas desde la subjetividad de sus autores) son *dejados* en el espacio público urbano para *consumo* de miradas otras, perdiendo con ello el estadio anímico subjetivo de su creador, su personalidad [Ibídem: 125], pues la exteriorización hace que dicha actividad de *cultivo individual* le trascienda y, con ello, sea capaz de acomodarse a “un orden objetivo”. En este proceso (y en toda la *vida creadora*) lo interno se expresa en formas que tienen “un sentido y una fijeza en un cierto desprendimiento y autonomía frente a la dinámica anímica que las creó” [Ibídem: 133], pero al externarse “en formas que son y significan algo por sí” queda fuera de la subjetividad individual para convertirse en algo meramente objetivo, *muriendo* con ello su impulso creador. A esto Simmel le atribuye un carácter trágico en tanto contradictorio: es la tragedia de la cultura.

Simmel formula que “cuanto más separado está un producto de la actividad anímica subjetiva de su creador, cuanto más se acomoda a un orden objetivo, válido por sí mismo, tanto más específica es su significación cultural, tanto más adecuada es para ser incluido como un medio general en el perfeccionamiento y desarrollo de muchas almas individuales”, aunque advierte que la significación como *objeto cultivado* y *objeto que cultiva* “es aprovechada solo incompletamente por los sujetos” [Ibídem: 125-126]. Al desprenderse de su autor, vemos en el mural un producto de otros (de todos) a ser valorado, significado, aprehendido e interiorizado como *cultura objetiva* que alcanza o podría alcanzar cierta autonomía de la *cultura subjetiva*, en el entendido de que su creador no puede controlar todos los elementos de la primera: sus normas, su orden, sus lineamientos, su legitimación como *obra de arte*, de considerarsele como tal.

Si a la *pieza* se le ve como valor cultural, es decir, se le otorga una significación de tal naturaleza (si se le confiere dicha *validez* que es, como se ha dicho, socialmente construida) tanto lo creado como el creador transitan del *street art* al *arte formal* (arte fino, arte contemporáneo),

consideración que se desarrolla en el siguiente apartado en el marco de lo propuesto por Bourdieu como transmutación.

### **1.3 Transmutación del campo: pretendientes vs. hegemónicos**

Bourdieu apunta hacia una autonomía relativa de los campos, de manera que éstos desdibujan sus fronteras en tanto sus agentes modifican prácticas y habitus. A ello le denomina transmutación del campo [Bourdieu, 2008: 117]. La noción de legitimidad explica las luchas de los jugadores al interior de los campos, donde los nuevos sujetos son considerados *pretendientes* frente a agentes que por ser germinales en la constitución del campo son *dominantes* o *hegemónicos*. Se trata de una lucha que se manifiesta en estrategias de conservación (de los bienes culturales) y de subversión; es la ortodoxia contra la heterodoxia [Ibídem: 114], esto dentro de una lógica que impera en todos los campos: las “relaciones de fuerza”, donde hay quienes “monopolizan (más o menos completamente) el capital específico”, siendo éstos quienes se inclinan por la conservación ante la osadía de “los recién llegados” (los más jóvenes) que tratan de exentar “su cuota de ingreso” [Ibídem: 112,114].

Algunos autores, como Liliana Mora Mora [2009], ubican esta transición o ampliación del campo del *street art* hacia finales de los setenta, época en la que identifica la incorporación a la práctica del graffiti de otros componentes visuales y otras dinámicas entre los agentes: se aprecia una mayor presencia de “imágenes de la iconografía popular tales como personajes de comic, retratos de personajes públicos de forma caricaturesca, se amplían el tamaño de las obras y empieza una ‘guerra’ de expresividad, creatividad, donde de la competencia surgen alianzas que más adelante se denominarían pandillas o grupos (tribus urbanas), escritores del graffiti (el denominado por ellos movimiento) que era como un grupo cerrado de creación cultural, con normas propias de comunicación interna” [Ibídem: 33]. Así, se tiene un lenguaje particular, el lenguaje visual-urbano, expresado en intervenciones pictóricas en el espacio público urbano.

Elementos fundamentales de todo campo son los *objetos en juego* (no en un sentido material) y los intereses específicos, es decir, en cada campo se libran luchas por asuntos en disputa, que tendrán sentido y validez (tanto las luchas libradas como los *objetos* jugados) únicamente dentro de ese campo, pues hay detrás de ello intereses que resultan imperceptibles para aquel que “no haya sido construido para entrar en el campo” [Bourdieu, 2008: 113]. De tal manera que “para

que un campo funcione es preciso que haya objetos en juego [*enjeux*] y personas dispuestas a jugar el juego, dotadas con los habitus que implican el conocimiento y el reconocimiento de las leyes inmanentes del juego, de los objetos en juego” [ídem]. De cierta forma en el planteamiento de Mora, cuando alude a la “*guerra de expresividad*”, se anticipa aquello que en el *street art* está en juego, es decir: el *enjeux* (noción francesa empleada por Bourdieu que equivale, sin ser una traducción literal, a “todo lo que está en juego, como las apuestas, las reglas del juego y las ganancias potenciales” [Meichsner, 2007: 11]; *enjeux* implica, pues, las cuestiones o asuntos en juego en una situación específica). Si se habla de una disputa por la visibilidad o por el reconocimiento cuando la práctica del *street art* se ha expresado en gran medida (pensando en sus inicios) desde la clandestinidad y el anonimato, podría parecer un *enjeux* contradictorio. Sin embargo, si fueran la visibilidad de la pieza pintada o el reconocimiento del autor algunos de los asuntos en juego seguirían teniendo validez en tanto *jugados* a partir de conocer las reglas al interior del campo. Dichos componentes se explican como intereses o la *illusio*, más que como el asunto principal disputado, siendo éste para el campo del *street art* la ciudad misma, es decir, la disputa es específicamente por la simbolización del espacio urbano. Esto al margen, como lo hemos desarrollado, de estéticas, ideologías o condición jurídica: “Todos los graffitis de los que hablamos, lúdicos o políticos, icónicos o letristas, amorosos o burlones, desordenan el orden y la funcionalidad de los espacios que inundan. Y luchan desde ellos por el control del espacio/tiempo del código” [López, 1998: 188].

Con alusión a los participantes, el *street art* también se ha definido como “una actitud de irreverencia, de democracia y de libertad [...], un arte que tiene un sentido del humor visual psicodélico” [Dorta, 2012], cuyos alcances como evento discursivo (como discurso) rozan lo político al subvertir “los órdenes discursivos sobre el espacio público” y al fracturar “el orden y la lógica en que ha sido construida la ciudad, su orden civilizatorio y sus formas de gobierno” [Herrera, 2001: 100, 101]. Partiendo de que el habitus “hace posible la producción libre de todos los pensamientos, todas las percepciones y todas las acciones inscritas en los límites inherentes a las condiciones particulares de su producción” y que “a través de él, la estructura de la que es el producto gobierna la práctica” [Bourdieu, 2007b: 89-90], se tendría que –efectivamente– constituyen el habitus de los *street artists* la subversión y la transgresión, ya que se inscriben dentro de este campo mediante el ejercicio de tomar las paredes, que a su vez puede considerarse

un reclamo a su derecho a la ciudad en una búsqueda por establecer la posibilidad de moldearla y transformarla [Herrera, 2001: 101].

No obstante, en el campo del *street art* hay quienes modifican el juego quebrantando sus reglas de forma inconsciente, o bien, “conocen suficientemente bien la lógica del campo como para desafiarla y explotarla” [Bourdieu, 2008: 116]. Es posible, como ocurre en otros campos, romper los cánones sin salirse del juego. En el caso del *street art*, esta ampliación de las posibilidades estéticas –para empezar– del graffiti se da con la ruptura de lo textual como titularidad (de barrios, de subalternidad [Herrera, 2001: 103], identidades comunitarias [López, op. cit., 178]) o de protesta antisistema y exigencia de derechos [Ibídem: 177], tendiendo hacia lo pictórico con alcances (mensajes, fines) diversos, no necesariamente *respetando* (conservando) su sentido primigenio mas sí varios de sus elementos: clandestinidad, urbanidad, muros visibles, pintas.

El incremento de tecnologías, de redes de comunicación en el ciberespacio, así como de universidades con formación en áreas de diseño, arquitectura y artes plásticas, y el incremento de las posibilidades para acceder a ellas (a las tecnologías, a las redes de comunicación y a las universidades), han producido nuevos sujetos que se inscriben dentro del *street art* sin cumplir o cubrir las particularidades de los dominantes, de tal suerte que adoptan el lenguaje del mural, por ejemplo, sin el rasgo de la clandestinidad o de la transgresión, sino que se insertan al espacio urbano en ocasiones elaborando piezas en muros con previa gestión de éstos. La accesibilidad a internet como plataforma de difusión y como ventana que enlaza a realidades varias ha jugado un rol importante en la masificación de esta práctica en el siglo XXI, lo que ha propiciado una proliferación de *street art* en numerosas ciudades del mundo [Klein, 2012: 10].

Ante los nuevos sujetos, *pretendientes*, hay y no hay conflicto (tensiones, disputas) y ello depende de la forma en que asuman las reglas del juego. Existen nuevos participantes en el campo del *street art* que se [auto] identifican como *artistas urbanos* y en ningún momento como *graffiteros*, que pueden adquirir legitimidad al interior del campo por *respetar* (y reproducir) las reglas específicas expresadas mediante el habitus y las prácticas aunque con ciertos matices, lo cual permite la transmutación del campo [Bourdieu, 2008: 117]. En concreto, se trata de individuos que habiendo egresado de universidades con una formación en artes, o simplemente con una trayectoria en el campo del arte, arquitectura, diseño o publicidad, migran hacia el *street*

*art* sin perder el reconocimiento en su campo original, a manera de ampliación de los campos, borrando las fronteras entre ellos; fenómeno cada vez más presente.

Esta migración de *agentes vaivén* se aprecia igualmente en la dirección opuesta: agentes con una experiencia inicial en el *street art* clandestino –considerados también graffiteros, exgraffiteros o postgraffiteros– ingresan al campo del arte y exponen en galerías y museos sus creaciones (por lo general de menor escala en términos de dimensiones, elaboradas sobre lienzos de madera o tela, ya no exclusivamente en muros); salen del anonimato característico del graffiti tradicional, dejan los espacios públicos urbanos, exhiben piezas sin la gratuidad ni la inclusión que posee el mural en las calles, y abandonan –quizá solo momentáneamente– su carácter subversivo hacia los discursos político-institucionales impuestos. Ello a la par de la práctica del *street art*, es decir, sin renunciar al campo del que emergen. Al visibilizarse en el espacio urbano a través de piezas de una complejidad que supera el carácter textual asociado al graffiti tradicional, se visibilizan también en el espacio social y comienzan a obtener legitimidad en el campo del arte *formal*.

El incremento de capital simbólico hacia el exterior del campo se refleja en el proceso de legitimación *ascendente* de la calle a la galería, el cual suele darse por la vía institucional (aunque no necesariamente), donde alguna voz autorizada determina qué es arte y quién es artista (o, desde el enfoque simmeliano, entra en una ordenanza, válida por sí misma, en la que se le confiere un valor cultural y se objetiva). Dado que la creatividad es su punto de encuentro, los campos del *street art* y del arte tienden a *empalmarse*. Como ejemplo de ello, se encuentra el artista londinense Banksy (entre otros que se pueden contar a nivel internacional, nacional y regional), quien sigue manteniendo algo del anonimato inherente al *street art* inicial (al emplear un pseudónimo y no revelar su rostro), pero cuyas obras a la venta alcanzan elevados precios. Ante esto valdría mencionar que existen controversias que se manifiestan desde otros ámbitos, donde algunas voces identifican riesgos en la transmutación del campo del *street art*, al considerar que la práctica traiciona su *esencia* cuando es institucionalizada “por el mismo orden social que cuestiona, debido a la lógica del capitalismo tardío que tiende a tornar la cultura en mero espectáculo del entretenimiento” [Herrera, 2011: 115]. No obstante, esta visión (de brío immaculado hacia un carácter antisistema) no implica que se corrompa el agente al interior del campo o los campos, sino que se inclina por estrategias encaminadas hacia una intención (consciente o ingenua) por maximizar “el beneficio específico”, no como “cálculo cínico” sino a

partir de “una relación inconsciente entre un habitus y un campo” [Bourdieu, 2008: 114]. Ergo, los realizadores de murales (considerados, para los roces *exocampo*, “artistas urbanos”) pueden transitar por varios campos haciendo valer su capital específico en tanto sus habitus y prácticas hallan legitimidad.

#### **1.4 Intervenir con *street art*: significar, simbolizar, apropiar y construir paisaje**

Hemos afirmado que si al *street art* se le estudia como campo bajo el enfoque bourdiano, lo que disputan sus participantes (lo que está en juego) es la simbolización de la ciudad; pero ha quedado pendiente desarrollar de qué manera existe producción simbólica en los espacios urbanos para considerar al *street art* en general y a la elaboración de murales autorizados en particular como estrategia simbólico-material de apropiación, y forma de construcción de sentido.

Una entrada a la comprensión del espacio como proceso vivido, practicado, intervenido, significado es la *experiencia* desde la perspectiva fenomenológica “del existir en el mundo” [De Certeau, 2007: 130]. Más allá de la geometría de las ciudades (su trazado, su infraestructura, las formas espaciales diseñadas por urbanistas desde una visión instrumental, teleológica), hay una espacialidad antropológica y sociológica en la que las personas se relacionan (afectiva-emocional-ideológicamente) con un medio ambiente. Somos, pues, seres situados, contruidos desde experiencias espacializadas: “el espacio es existencial y la existencia es espacial” [Ídem]. Aprender el mundo, abstraerle y producir sentido es solo posible desde la experiencia y ésta es relacional: *ocurre* en un cuerpo (la corporalidad es asimismo experiencia) y una conciencia que “no existe en el vacío sino solo con relación a otra cosa” [Serfaty-Garzon, 1985: 69]. Serfaty-Garzon se aproxima al estudio de la vivienda desde la experiencia y el habitar, y para ello parte justamente a la fenomenología, el “*volver a las cosas mismas*” husserliano, dado que este enfoque “describe los fenómenos concretos que constituyen la experiencia de la encarnación del sujeto, lo que significa que la aprehensión del mundo de la persona se fundamenta y se articula en su propia espacialidad” [Ídem]. Tenemos así que el espacio es experimentado-experienciado: percibido por una conciencia y practicado por un cuerpo situado espacial y (claro) temporalmente.



El espacio se significa como resultado de la experiencia en él, lo que da cuenta de la emocionalidad [Pol, 2005: 288]; y dado que las experiencias son diversas, *multifacéticas*, las significaciones también lo son: existen “tantos espacios como experiencias espaciales distintas” [De Certeau, 2007: 130]. En los participantes del *street art* confluyen experiencias sociales-urbanas, colectivas e individuales, que derivan (por un lado) en la estructuración del campo y (por otro) en las significaciones de los espacios: *lugares* apropiados o *territorios* disputados. La intervención del espacio urbano que deja *huellas* de variada temporalidad –tales como murales, posters o placazos– contribuye a la construcción del espacio como un paisaje polivalente donde las imágenes plasmadas “no provienen solamente de catarsis expresivas” sino que “vehiculizan las luchas por la memoria y el reconocimiento que, en este caso, tienen su asidero en el sentido que se le otorga al espacio” [Herrera, 2011: 104]. Así, el paisaje (que es cultural), tangible en lo geográfico e intangible en su interpretación, es fisionomía de experiencias y aspiraciones, está lleno de lugares, de centros de significado, de símbolos que expresan pensamientos-ideas-emociones-discursos-ideologías [Nogué, 2011: 27].

Crear/plasmar imágenes no es simbolizar por su sola emergencia, sino que el símbolo es una especie de signo<sup>13</sup> que connota hacia aquellos que comparten marcos referenciales, es decir, una comunidad hermenéutica “capaz de movilizarse a partir de un consenso sobre símbolos”, lo que habla de una condición social-cultural sujeta a la tradición [Cruces, 2010: 110, 114]. La definición que presenta Sebeok alude a una propiedad que contribuye al análisis del *street art* como acción o producto con capacidad simbólica: la intencionalidad. “Se llama símbolo a un signo sin semejanza ni contigüidad, sino solamente con un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de con una clase intencional para su denotado” [Sebeok, 1996: 46]; se tiene entonces en la producción del símbolo una voluntad de *comunicar*.

La importancia del símbolo trasciende el aparente significado de su forma, esto es: “expresa una condensación de energía” [Sapir, 1934: 493] no evidente en su composición visual. Un graffiti podría, por ejemplo, representar gráficamente un tópico antisistema, pero simbolizar una demarcación territorial desafiante hacia un *crew* específico dada su ubicación. De ahí que planteemos una producción simbólica dentro del campo del *street art*, cuyos sentidos en

---

<sup>13</sup> Thomas A. Sebeok enlista seis especies de signos: señal, síntoma, icono, índice, símbolo y nombre.

principio desentrañan los participantes de él de manera diferenciada a partir de la posición que ocupan (en tanto conozcan las reglas del campo). Por otro lado, consideramos posible extender el análisis de la producción simbólica hacia el espacio urbano intervenido pictóricamente en la medida en que *marcar* es para sus autores crear lugares “propios” y acaso incluyentes, lugares de identificación individual y colectiva, o defender-conquistar territorios en disputa. Lo producido a través del *street art* puede tener atribuciones externas, asignadas, y leérsele erróneamente como símbolos que persiguen fines que poco o nada se vinculan a la intención (subjetiva pero exteriorizada) de sus creadores, a propósito de *la tragedia de la cultura*. Dado que *símbolo* es una noción de la cual se ha abusado –como apunta Sebeok–, se le confunde con otras *subespecies* semióticas, “términos subordinados” entre los que se encuentran emblema, estigma, señal y marca (esta última en su acepción comercial, o *brand*). De esta manera, al mural se le puede interpretar como símbolo a partir de otras miradas, aunque el rasgo de la intencionalidad comunicativa escape a sus productores: desde la visión estigmatizada de la lógica antigraffiti para la cual toda intervención, incluso autorizada, simbolizaría una amenaza al orden discursivo respecto al uso del espacio; o bien, desde quienes le ven como parte de un movimiento (social-artístico-institucional) de salvamento de la [buena] imagen de la ciudad (visión que potencialmente le romantiza). Otra mirada es la que le entiende como expresión identitaria (cuyo riesgo es que se folklorice a toda producción pictórico-rabana), para lo cual el concepto *apropiación* brinda elementos de análisis.

Frente al paradigma urbanístico, que desde una posición de poder produce *simbolismos a priori*, tal es el caso de la monumentalización de espacios públicos [Pol, 2005: 287], existen *simbolismos a posteriori* desde la comunidad “al transformar ese significado [...] inicial determinado en otro distinto o incluso contrario”. Dicha resignificación o contra-sentido al discurso hegemónico encuentra su explicación en los procesos de apropiación del espacio. Serfaty-Garzon [2003: 89] conceptualiza la *apropiación* a partir de dos ideas dominantes: “por un lado, la adaptación de algo a un uso específico o a un destino específico. Por otro, lo que se deriva de la primera acción para hacerlo propio<sup>14</sup>”. Esto es: transformar el sentido para el cual fue concebido ese algo (sea un objeto, un espacio) hacia otro uso, o bien, convertirle en propio bajo una noción emocional de pertenencia. Con esto la autora reconoce que la “propiedad” –

---

<sup>14</sup> Traducción personal.

posesión o titularidad– es una dimensión importante de la apropiación mas no en un sentido legal-jurídico, sino que la propiedad de ese algo apropiado es “moral, psicológica y emocional”, o sea: la apropiación es simbólica con base en los vínculos afectivos con los lugares. El acercamiento a estos procesos es desde la experiencia en el espacio, la cual dependerá “de lo que puedo *hacer* de él, es decir, de la naturaleza de las acciones que pueda realizar en el mismo” [Serfaty-Garzon, 1985: 70]. En las experiencias de los productores de murales (experiencias hechas palabra mediante la entrevista), la posibilidad de un *hacer* en el espacio urbano está latente como cuestionamiento vivo, cuestionamiento que brinda precisamente la vitalidad al *street art* como experiencia de ciudad, como deseo comunicativo. Se trata de una *experiencia ambiental* que deriva en un espacio practicado mediante la acción, transformación, interacción e identificación. Enric Pol [2005: 283] propone un modelo dual que le permite conceptualizar la apropiación: una vía es la acción-transformación del entorno (a través de procesos de interacción, lo que conlleva una significación individual y colectiva) y la otra es la identificación simbólica (vinculada a su vez con procesos “afectivos, cognitivos, interactivos”).

La apropiación es, pues, un proceso por el que un espacio deviene en un lugar propio, para la persona o el grupo [ibídem: 286], espacio significado por modificación, uso y/o carga simbólico-afectiva. En ese sentido puede parecer evidente que el *street art* persiga la apropiación del espacio dada la intervención visual y, tal vez, simbólica de la ciudad, muchas veces en expresiones gráficas que incluyen las firmas de los realizadores como texto preponderante, aparentando una titularidad del espacio marcado. La complejidad de afirmarle como tal se ancla en la significación subjetiva emanada de la experiencia del espacio en los creadores ¿Es ésa la búsqueda inherente del *street art*? ¿Existen siempre lazos afectivos con los espacios marcados? Los usuarios de la ciudad –los *consumidores* del paisaje– experimentamos el entorno, lo valoramos-practicamos, y dado que la experiencia no disocia el cuerpo ni la afectividad, construimos sentido a la par en que somos contruidos por el espacio; significamos los espacios y somos significadas por éstos. El arraigo, el apego al lugar, es emocionalidad que apropia. La relación espacio-individuo es –queremos subrayar– dicotómica: quien observa-habita-recorre además interpreta-imagina-siente. Ello permite, de manera permanente y fragmentada, “la construcción socio-espacial de la ciudad” [Lindón, 2009: 13], construcción que no es aislada y cuenta tanto con sujetos anónimos como con agentes con capacidad de incidir [Ibídem: 12].

Reconocer polifonía, polisemia y polivalencia en la ciudad, conduce a suponer tensiones, especialmente ante manifestaciones de tan visible modificación cosmética del paisaje como el *street art*. Desde ese enfoque, este campo “se va a presentar como un exponente físico y simbólico del choque entre distintas perspectivas [...] de cómo se entiende que ha de configurarse físicamente el ámbito público y la forma de vida en una porción o en la totalidad de una ciudad” [Figueroa-Saavedra, 2007: 112]. El choque, como se ha visto, no se limita a aquellos que hacen murales, tags o cualquier otra forma de plasmación gráfica en el espacio urbano, sino que además admite perspectivas desde posiciones de poder (administración pública) y los demás sectores civiles: iniciativa privada, gestores culturales, transeúntes...

Las tensiones por controlar lo *escrito* en el paisaje, por sancionarlo, regularlo o impulsarlo, “implica situarnos ante valoraciones hechas por sujetos e intereses sociales, con sus aspectos tanto transformadores como encubridores” [Gravano, 2003: 15]. Esto encuentra perfecta ejemplificación a la luz de un programa oficial financiado por el XXI Ayuntamiento de Tijuana, titulado “Tijuana limpia”, que bajo el discurso antigraffiti borró decenas de murales en julio de 2014<sup>15</sup>. Algunos de los murales destruidos databan de más de dos décadas, y eran autoría de artistas plásticos (es decir, reconocidos en el campo del arte) de amplia trayectoria. Se identifica una contradicción en dicha acción, interpretada no solo como una falta de respeto al *street art* tijuanense (y sus autores) sino además como una imposición por la titularidad del espacio y su uso, catalogada por la prensa como “destrucción de patrimonio cultural”: la contradicción es que con dicho programa se *pretendía* borrar el graffiti (entiéndase los placazos, lo textual) de los murales a fin de “limpiarlos” (pues la lógica anigraffiti parte de que lo textual *mancha* la ciudad). En otras palabras: hay una lucha por la significación del paisaje que frente al *street art* la administración pública plantea binaria: bueno-malo. Detrás de ello se vislumbran intereses de otra naturaleza: se dispuso de una partida presupuestal (no dada a conocer) para limpiar *la ciudad* de graffiti [textual-ilegal], pero el programa solo se llevó a cabo en las zonas “visibles”, las más transitadas (con circuitos comerciales transfronterizos), legitimando con ello una valoración-clasificación de zonas de mayor importancia: para la perspectiva “imagen de Tijuana”

---

<sup>15</sup> Aquí una de las notas de la prensa sandieguina que aborda el tema:  
<http://www.sandiegoreader.com/news/2014/jul/27/stringers-tijuana-street-art-disrespected/#>

la noción *ciudad* equivale solo a la Zona Río y Zona Centro. Cabe decir que la *limpieza* fue (y ha sido históricamente) infructuosa: pintar las paredes que tienen graffiti textual solo brinda lienzos frescos para volver a ser rayados clandestinamente. En el Anexo 3 mostramos algunas imágenes de la prensa que documentan los murales destruidos y vueltos a graffitear ahí donde el Ayuntamiento “borró”.

Lo anterior respalda una concepción de ciudad *fragmentada*, dado que la experiencia urbana no puede abarcarla, ni con la mirada ni con el uso. La ciudad existe “más que a través de una selección de lugares” [Nel.lo, 2007: 187] que, a partir del ejemplo anterior, podemos suponer confrontará de manera más enérgica las perspectivas sobre su uso y significación si la fragmentación es selectiva por su plusvalía. Dicha fragmentación (selectiva, como lo dijimos, o segregada) oculta el paisaje, invisibiliza zonas, en un borramiento que al margen de las prácticas y usos cotidianos de los habitantes, se percibe desde el discurso oficial y repercute en las políticas del paisaje. En Tijuana no existe una propuesta de patrimonialización con relación a los murales (ni mecanismos de conservación, protección, rehabilitación ni restauración de ellos), mientras que en otras latitudes tanto de México como de Sudamérica (por comparar con ciudades en aparente igualdad estructural socioeconómica) se ha otorgado a los murales una valorización como elementos de arraigo, como unificadores en la construcción de *sentido de lugar*, tras integrar “objetivos paisajísticos en las estrategias territoriales”. Concretamente Guadalajara, en Jalisco, y Sao Paulo, Brasil, generan catálogos de “arte urbano” desde sus instancias culturales, donde exhiben y explican piezas de *street art* sin discriminar la estética textual ni empleo alguno de técnicas. Es una forma de capitalización de los murales callejeros como un *branding* turístico, lo que representa “la máxima expresión de la emocionalización del espacio, y, en esta misma línea, persigue construir *per se* identidades territoriales de lugares (*place branding*), de destinos (*destination branding*), así como un discurso identitario y emocional propio derivado de la simbología, del valor y del trabajo específico con el discurso intangible del paisaje (*landscape branding*)” [Nogué, 2011: 38]. En ello se imbrica el potencial comunicativo del paisaje, su valor simbólico y un cruce de experiencias emocionales y discursos persuasivos para hacer del espacio urbano, como diría De Certeau [2007: 129] *un lugar practicado*.

## **CAPÍTULO II: Antecedentes: un recorrido histórico-global hasta llegar a Tijuana**

El *street art* de Tijuana que se aprecia actualmente en el formato de mural callejero puede considerarse una práctica originada en la tendencia identificada meramente como graffiti, cuya conformación en la ciudad data de finales de los ochenta y principios de los noventa a partir de la consolidación de distintos *crews* o grupos de graffiteros [Sánchez, 2013: 27]. Sin embargo, su raíz se ubica varias décadas atrás y se liga asimismo a diversos lugares, de donde se puede hablar de al menos dos orígenes si se voltea a ver más allá de la frontera como influencia inmediata (aunque sin marginar el impacto del movimiento chicano californiano ni del cholismo transfronterizo). La complejidad del fenómeno, no solo en términos estéticos e ideológicos sino además en cuanto a actores (productores de murales callejeros) y los significados que éstos atribuyen a su práctica de intervención de muros –con arte y diseño–, muestra similitudes que transitan tanto por lo entendido bajo la noción *graffiti* como por el *muralismo*, pues ambos lenguajes comparten cualidades tales como la gratuidad y la inclusión por su naturaleza pública, y se manifiestan en entornos urbanos.

Se toma aquí una definición amplia de *street art*, como se desarrolló en el apartado 1.2 del capítulo anterior, para aludir a las intervenciones que modifican de manera duradera la estética de las ciudades. De esta noción es que se presentan los antecedentes en un recorrido global hasta llegar al espacio geográfico que comprende esta investigación: la ciudad fronteriza Tijuana. Se entiende, pues, al *street art* tanto como campo y práctica que como proceso, producto y (se verá según ciertos autores) como género (un género artístico, plástico).

Sin pretender anticipar alguna conclusión que establezca una relación causal entre el uso que de las paredes hacen quienes las intervienen ahora y los usos de quienes las intervinieron hace décadas bajo términos como graffiti o muralismo, una revisión de tales movimientos (que en el orden cronológico anteceden al fenómeno en Tijuana) permitirá comprender a los sujetos en cuanto a sentidos y significados impresos a su práctica, en cuanto a producción pictórica en espacios públicos. Así, dos aspectos importantes de observar que pueden considerarse factores que explican el *street art* actual de Tijuana son, en principio, las transformaciones evolutivas del graffiti tradicional (en lo que respecta a la estética y a la aceptación social) y, por otra parte, el

incremento de alternativas para ingresar a estudios profesionales en áreas como diseño, arquitectura y artes plásticas.

La creación de la Escuela de Artes en el campus Tijuana de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) en 2003, así como la ampliación de oferta académica en las áreas de diseño y arquitectura de ésta y otras universidades, ha producido nuevos sujetos que se inscriben en la práctica del *street art* sin la experiencia del graffitero (sin la experiencia criminalizada, clandestina y transgresora). Son individuos cuyas influencias no son precisamente emanadas del graffiti tradicional (caracterizado por el empleo de aerosol y por el ocultamiento) sino que pueden tender a la realización de murales motivados por la obra de figuras como David Alfaro Siqueiros, José Clemente Orozco o Diego Rivera<sup>16</sup>. De tal suerte que, a pesar de no adoptar necesariamente una propuesta socialista ni una finalidad educativa (dos de los elementos presentes en la iconografía del muralismo mexicano [Delgadillo, 2008]), producen murales en una lógica que dista del carácter territorial, subalterno o barrial que da origen al graffiti neoyorkino. Se podría hablar acaso de un *neomuralismo*.

El otro aspecto señalado, las transformaciones del propio graffiti, da cuenta de un fenómeno que se complejiza en varias dimensiones; una de ellas: la estética. El graffiti en sus inicios se expresaba por la vía textual (esto es: nombres, apodos, consignas) y posteriormente llegó a elaboraciones de piezas cuyos elementos han hecho que se les considere artísticos. Dado que el término graffiti nació para referir a la práctica del marcaje textual, práctica que si se realiza sin autorización es criminalizada, resulta actualmente un término negativo para quienes desconocen sus transformaciones y polisemias. Graffiti ha tenido (y aún tiene) una connotación social que le asocia al vandalismo. Es por eso que han surgido diversas nomenclaturas que buscan aludir al *street art* de tendencia mural (u otras técnicas, como el estencil), siendo una de ellas *postgraffiti*, donde el prefijo *post* no tiene un sentido exclusivamente temporal (posterior al graffiti) sino que se ha propuesto solamente para distinguirlo de su dimensión textual.

---

<sup>16</sup> En trabajo de campo se ha recuperado de algunos de los sujetos de estudio tales influencias: con estudios superiores en Arquitectura y Diseño Gráfico, algunos entrevistados admiten realizar murales en Tijuana influidos por los maestros del muralismo mexicano; ya sea porque lo aprendieron durante sus estudios o, bien, porque crecieron en ciudades del interior de la república donde convivían con piezas muralísticas.

Aquí se presenta una revisión histórico-contextual para comprender cómo confluyen sujetos de diversos perfiles en una misma práctica: pintar en los muros de la ciudad, práctica enmarcada bajo el concepto y el lenguaje (o los lenguajes) del *street art*.

## **2.1 Consideraciones para la aproximación histórica**

Ante la multidisciplinariedad de los Estudios Culturales, resulta oportuno presentar un apartado dentro de este capítulo donde se expresen los alcances y limitaciones (tanto de carácter hermenéutico como de selectividad y discriminación de datos) de la Historia, con la aclaración de que esta investigación no pretende hacer trabajo historiográfico, ni tiene aspiraciones holísticas. Simplemente, al tratarse de la construcción de lo que se considera antecede al fenómeno de estudio, es pertinente apuntar hacia los criterios y subjetividades en la selección de las referencias y autores; a fin de comprender la relevancia del fenómeno en el entendido de la historia cultural.

Acceder a “la verdad” se vuelve ilusorio en tanto su punto de partida es reconstruir eventos anteriores, esto porque la hermenéutica está siempre presente (y en el presente) a veces sin fundamentos metodológicos sino como inevitable mecanismo interpretativo. En ese sentido el lenguaje es esencial, “el papel activo del lenguaje” [Schaff, 1974: 248]; de hecho ése es el centro de la discusión del giro lingüístico, la noción de que el lenguaje “es el agente constitutivo de la conciencia humana y de la producción social de significado y de que nuestra aprehensión del mundo, tanto el pasado como el presente, tiene lugar solo a través de la lente de las percepciones precodificadas del lenguaje” [Spiegel, 2005: 20]. Resulta elemental, de esta manera, estar al tanto de los riesgos al abocarse al ejercicio de historiar, donde cabe empezar por el reconocimiento de las limitaciones no solo subjetivas del investigador sino en términos de fuentes (la confiabilidad y el valor otorgado a ellas) y de lo que se pretende estudiar, para lo cual tal vez habría que partir de un par de preguntas: ¿qué puede ser historiado? y ¿qué es un hecho histórico?

Adam Schaff toma de Lucien Febvre una comparación “geométrica” para expresar su postura crítica a la visión positivista de la Historia, en la que refiere al carácter cambiante del hecho histórico observando que “es imposible afirmar que el hecho histórico es un pequeño cubo que siempre conserva la misma forma, idéntica para todo el mundo, y que con gran cantidad de estos



cubos se pueden construir diversos mosaicos de acuerdo con el modo como se dispongan” [Schaff, loc. cit.]. Es así que cuestiona la noción del ‘hecho’ como algo sólido. Pero al mismo tiempo, Schaff marca ciertas rutas para identificar el hecho histórico, las cuales sirven para el abordaje del *street art*; aunque al mismo tiempo que le justifica, le pone en entredicho.

Si se ha de partir de que son o pueden ser hechos históricos “ciertos procesos en los que se manifiestan determinadas regularidades [...], ciertas instituciones y su papel en la vida social [...], al igual que los productos materializados de ciertos acontecimientos y procesos [...] o también los productos de la cultura material y espiritual (monumentos, tumbas, herramientas, utensilios, libros, obras de arte, etc.)” [Ibídem, 249], cabría revisar al *street art* en más de un sentido: como proceso y como producto.

Para ambas visiones es preciso adentrarse al contexto en el que se inserta y descifrar su relevancia con relación a la historia, a la memoria y a la identidad; revisar, pues, “sus nexos con una totalidad y con el sistema de referencia con que se relaciona” [Schaff, op.cit.: 252]. Así, el criterio de selección de lo que es historiable tendría que ir en función a “la significación del acontecimiento dado” [Ídem], tomando en cuenta que ningún hecho es simple, sino que por el contrario “todos los hechos históricos son muy complejos” [Ibídem, 257].

Sin embargo, existe un problema al recurrir a los datos y las fuentes respecto al *street art* (además de lo aquí planteado en términos de lenguaje e interpretación), particularmente si se le quiere estudiar como producto cultural: sus huellas, las ‘evidencias’ de su existencia, son rápidamente modificadas y rápidamente borradas. Se trata de productos que por su condición ‘callejera’ se enfrentan a la vulnerabilidad de desaparecer sin dejar registro aparente; son hasta, cierto punto, fugaces (menos fugaces que los performances callejeros), aunque siempre se podrá acudir al testimonio y a la historia oral. Su naturaleza espacial está en juego constante con su dimensión temporal.

Entra aquí una aproximación, entonces, en el entendido de la historia cultural, término que se remonta a finales del siglo XVIII [Burke, 2000: 16], habiendo nacido como un área de la Historia que atendiera la significación de los eventos. Spiegel define: “La historia cultural emergió como un campo que intentaba superar la división entre sociedad y cultura, evitar el determinismo social que se derivaba del modelo causal mecanicista y de la metodología funcionalista utilizados

en ciencias sociales y presentar a la cultura como una esfera autónoma en la que lo que está en juego no es la lucha por los intereses individuales o de clase, sino la creación de dominios de significado” [Spiegel, op. cit.: 26-27]. Se tiene de esta manera que el *street art* conserva como objeto en juego, como disputa constante, la simbolización del espacio urbano y acaso social, pero asimismo el *street art* se disputa su lugar en la historia como proceso y como producto significativo, y ello se evidencia en la revisión realizada para este estudio, donde algunos autores aducen al *street art* determinados sujetos y lugares como pioneros que a la vez son cuestionados por otras voces.

Por lo anterior, interesa aquí precisar (y reconocer) que se parte de una selección de datos, fuentes y voces que de igual forma tienen su punto de partida en “un sistema de referencia en cuyo marco y en función del cual opera la valoración” [Schaff, 1974: 252], y que presupone – como en todo texto con intereses históricos– a un sujeto que selecciona, organiza, interpreta y presenta.

El *street art* es un fenómeno que, aún en los análisis académicos, se ve permeado por su condición popular y contemporánea, encontrando en la recolección de datos fuentes que discuten con otras en una disputa por nombrar, legitimar y significar. Recurrir a los planteamientos de Peter Burke, Adam Schaff y Gabrielle Spiegel permite considerar la dimensión subjetiva de los autores citados, esto para tejer la historia con la cautela de situarse como investigador e intérprete de los eventos. Hemos querido preguntarnos si el *street art* es un hecho histórico, y estudiar para quiénes en tanto a la significación otorgada. Nociones como identidad y memoria juegan un rol importante en ese sentido.

## **2.2 Grabar en espacios públicos**

Etimológicamente, la palabra graffiti deriva del latín *graphiti* que significa “letrero o dibujo” [Kuroda, 2008: 2], del griego *grapho* que significa “grabar, escribir”<sup>17</sup>; de la italiana *graffiare* que equivale a “garabatear” [López, 1998: 174]. Partiendo de tales sentidos, marcar el espacio público ha sido una forma de expresión adoptada por numerosas sociedades y culturas persiguiendo en cada caso distintos objetivos, emanados de contextos particulares. Se podría

---

<sup>17</sup> Definición recuperada de <http://etimologias.dechile.net/?graffiti>

decir que *graficar* el espacio existe desde que existe la humanidad misma. Qué más clara evidencia de ello que las pinturas rupestres. Xavier Ballaz lo puntualiza al señalar que: “prácticamente todas las culturas [...] han dejado sus marcas gráficas en su entorno. Jeroglíficos en el antiguo Egipto, caricaturas de personajes públicos en Pompeia o marcas anónimas en los árboles y paredes de París que ya Brassai se encargó de fotografiar. Los ejemplos de dibujos infantiles, juegos de calle y otras marcas, muchas veces inclasificables, son múltiples” [Ballaz, 2009: 131].

Antecedentes del graffiti hay muchos si se le vincula con toda expresión (artística o no) manifestada con cualquier técnica sobre los muros; así, se tienen vestigios de los trazos y sus mensajes que se registran para el contexto del México colonizado desde el siglo XVI, según lo refiere el libro ‘Historia verdadera de la conquista de la Nueva España’ firmado por Bernal Díaz del Castillo<sup>18</sup>, en el que describe la manera en que eran empleadas las paredes de los palacios para expresar a Hernán Cortés ciertas inconformidades, ante lo cual el conquistador español respondía asimismo sobre los muros:

“Como Cortés estaba en Cuyucán y posaba en unos palacios que tenían blanqueadas y encaladas las paredes, donde buenamente se podía escribir en ellas con carbones y con otras tintas, amanecía cada mañana escritos muchos motes, algunos en prosa y otros en metros, algo maliciosos, a manera como mase-pasquines [...]. Cuando salía Cortés de su aposento por las mañanas y lo leía [...] respondía también por buenos consonantes y muy a propósito en todo lo que escribía, y de cada día iban más desvergonzados los metros y motes que ponían, hasta que Cortés escribió: Pared blanca, papel de necios” [Díaz del Castillo, 1986: 376].

Pese a su distancia con el mundo contemporáneo, de ello (de dichos episodios registrados en el libro de Díaz del Castillo) es posible identificar algunas pautas con relación a lo que se entiende como graffiti: está de principio la apropiación simbólica de las paredes; también se entrevé a un sujeto que busca subvertir los órdenes discursivos mediante esta práctica; hay una dimensión de

---

<sup>18</sup> Mucho se ha cuestionado la autoría de este libro. A inicios de 2013, el investigador francés Christian Duverger publicó el libro ‘Crónica de la eternidad. ¿Quién escribió la Historia verdadera de la Conquista de la Nueva España?’ [Taurus, 2013], en el que cuestiona la figura de Bernal Díaz del Castillo como autor del libro ‘Historia verdadera de la conquista de la Nueva España’ y revela otros posibles autores. Fuente: portal de noticias Milenio [<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/485446ac5540156dcd0ae66628110351>]

anonimato; y ante el desafío hacia la autoridad, ésta adopta una postura represora que sanciona a quien *manche* los muros [López, 1998: 175]. Para Ballaz todos aquellos “trazos anónimos” están “íntimamente ligados al desarrollo de lo urbano, que han supuesto el maná en el que se gestó [...] el fenómeno que hoy conocemos como graffiti” [Ballaz, op. cit.].

No obstante, se tienen registros de las pintadas (o las pintas) en las paredes públicas no desde un ámbito de anonimato ni con una intención transgresora o subversiva, sino como mecanismo de control. Tal como lo anota Nicholas Ganz en su ‘Historia universal del graffiti’ respecto al nazismo durante la Segunda Guerra Mundial: “...los nazis utilizaron las pintadas en las paredes como parte de su indumentaria propagandística para provocar el odio hacia los judíos y disidentes” [Ganz, 2008: 8].

Se puede ver así que no necesariamente se trata de una práctica que responda a un solo tipo de intención ni que nazca de un mismo tipo de sujeto, mucho menos que presente una misma técnica o estética. Esto respalda la idea de estudiar tal expresión como un proceso, en sus propias condiciones contextuales (espaciotemporales).

### **2.3 El doble origen del graffiti y su entendido como *street art***

Este repaso por algunas formas (incluso centenarias) en que se ha adoptado el lenguaje gráfico para intervenir el espacio público sirve de marco para lo que aquí interesa, que es el origen del *street art* como práctica de simbolización y significación de espacios urbanos. La cautela de voltear tan atrás en el tiempo es atendiendo a lo planteado por Peter Burke aunque sin pretender atar todos los cabos, ya que señala que “con independencia de dónde se comience una historia, siempre puede argumentarse que debería haber empezado antes” [Burke, 2000: 17]. Es así que sin anclarnos en un recuento cronológicamente lineal respecto a las anteriores menciones valdría llegar a Nueva York, Estados Unidos, que (como ya se señaló) es la ciudad a la que en un aparente consenso se le atribuye el origen del graffiti urbano, otorgándole a éste características no solo estéticas sino conceptuales.

A finales de la década de los sesenta se identifica a los primeros graffiteros o escritores de paredes (también nombrados *writers*) en entornos urbanos, con una fuerte presencia en la ciudad de Nueva York, Estados Unidos. Se trataba de inmigrantes marginados [Hernández, 2008: 22] que empleaban el aerosol para plasmar sus apodos en diversas partes de la ciudad, siendo los

vagones del metro un sitio que se volvió emblemático. El rastreo en el pasado es complejo, pues hay que confiar en las coincidencias que se pueden encontrar en el trabajo contemporáneo de tesis y investigadores. Entre estas coincidencias, aunque con sus matices, se encuentra atribuirle a una persona en específico el sentido germinal del graffiti en su expresión *firma* o *tag*: Demetrius, un joven de origen griego que pintaba en las paredes su apodo y el número de la calle donde vivía, marcando así a la ciudad con la leyenda “Taki 183” [Ballaz, op. cit.] Pero hay quienes discuten con esta versión modificando algunos aspectos: Ángela López [1998] en su artículo ‘El arte de la calle’ señala que Demetrius era de origen puertorriqueño y que el número que acompañaba a su apodo en las paredes no era el de su calle sino el de su casa. Mas en las revisiones de otros autores, parece haber un acuerdo en torno al origen de esta figura que negaría lo planteado por López, y que a la vez confirmaría el reconocimiento de la ciudad neoyorkina como aquella que da origen al *street art*.

Tanto Nicholas Ganz como un sinnúmero de otros autores trazan el recorrido del graffiti –en cuanto a extensión global de la práctica– de una forma un tanto simplista: de los Estados Unidos hacia el mundo. Ante ello cabe recuperar lo desarrollado por Ángela López quien, si bien parece mostrar imprecisiones con relación a otros autores respecto a ciertos datos, introduce un segundo origen del graffiti que no es anterior ni posterior al neoyorkino sino coetáneo y que vale la pena recuperar: las revueltas estudiantiles francesas de 1968. López [op. cit.: 176] de hecho señala que son los estudiantes universitarios de La Sorbona quienes “inauguran” el arte callejero al escribir en los muros de la propia universidad y de la ciudad “proclamas revolucionarias”, creando así “un graffiti de mensajes escritos con ingenio y sabiduría”.

A diferencia de las características identificadas en las pintas de los Estados Unidos de finales de los sesenta, las marcas de los universitarios franceses en esa misma época persigue otros fines: se trata fundamentalmente del reclamo de derechos civiles y sociales, son mensajes que discuten con la autoridad de manera explícita. Dada la efervescencia social de Europa en aquellos tiempos, las consignas encuentran eco en otras latitudes, como lo explica López [loc. cit., 175]: “El graffiti francés del 68 no se interesa por la imagen sino por la palabra, que lanza al viento para transformar el mundo. Sus máximas recorrerán pronto los campus universitarios de 50 países, que se revuelven contra el poder con clara intención de acorralarlo”. Además, en Francia se empiezan a ver otras técnicas para intervenir el espacio urbano de manera subversiva aunadas

al empleo del aerosol para rayar: el cartel y el estencil, dos formas que a la postre conforman el grupo de técnicas heterogéneas que comprende lo que algunos han definido como *postgraffiti* (un término sobre el que si bien no existe un consenso, es empleado para referir a un graffiti complejizado, acaso un *street art* que no es necesariamente textual, ni ilegal ni –en rigor cronológico– posterior al surgimiento del graffiti).

Sin plantearse como una postura ideológica, las pintas estadounidenses poseen asimismo atributos políticos por tratarse de *irrupciones* en el espacio urbano. Su explosión y expansión a lo largo de los Estados Unidos se asocia a otros movimientos populares y juveniles muy presentes en la década de los ochenta, tal es el caso del hip-hop [López, op. cit., 181; Figueroa-Saavedra, 2007: 114], sin embargo esta lógica no responde a la propagación del *street art* en Europa [Ganz, 2008: 126] ni en América Latina, donde se tenían otros ‘usos’ para la expresión en muros. En un seguimiento de lo escrito en torno al graffiti europeo se refuta la aparente inseparable articulación entre ambas expresiones: el *street art* y el hip-hop; tal como lo expone Ballaz a manera de crítica al decir que “a pesar de que en cada país existe una idiosincrasia propia, desarrollando estilos diferentes, pocos sobreviven a la presión mediática del graffiti vinculado a la música Hip Hop. No obstante, encontramos destacables aportaciones europeas al mundo de la intervención callejera, siendo la principal el uso artístico y político de las plantillas” [Ballaz, 2009: 134]. Se tiene así que en numerosas ciudades existen intervenciones callejeras con usos artísticos y políticos que en ningún momento se relacionan con (y menos emergen de) fenómenos como el hip-hop.

Hablar de *street art* y no únicamente de graffiti es posible con mayor claridad cuando se voltea a ver la transformación estética e incluso conceptual (de sentidos y significados) de aquel marcaje inicialmente identificado con letras. Al sumarse nuevas formas (estilos, materiales) a la intervención de paredes de las ciudades hay quienes reconocen una “evolución”, la cual es visible en la estética de las marcas: se incluyen efectos tridimensionales, se incorporan personajes de la cultura pop, se diversifican las técnicas. Esto se registra no mucho después de las primeras marcas transgresoras sino casi a la par, en la década de los setenta [Sánchez, 2013: 27]. Tal evolución da pie, ya en los años ochenta y hasta la fecha, a una migración de la práctica que va de “la calle a la galería”, es decir, se considera que la inclusión de formas acaso artísticas a este tipo de intervención urbana dio origen a un género de arte que vale la pena mostrar en

otros ámbitos, legitimándole socialmente como un lenguaje más de la plástica. Así, es posible ver cómo el *street art* “ha recibido el aval de las vanguardias culturales y artísticas, apreciativas al fin de su provocadora ruptura con las normas del caballete y del marco” [López, op. cit.: 187].

Aun con la propuesta de referirle como género artístico que ha de tener su reconocimiento en museos y galerías, no existen acuerdos para conceptualizar al *street art* estéticamente. En cambio sí existe la intención por describirle a partir de las recurrencias visuales: “El género es tan difícil de definir como las reglas que se aplican. Podría entenderse como una reinterpretación del retrato, el surrealismo o el pop art, pero con una narrativa que surge de los mundos visuales creados en las ciudades donde la política es menos discutida y más gritada. En todo caso podría definirse como un arte que tiene un sentido del humor visual psicodélico. No hay estética común para el Street Art, es más una actitud de irreverencia, de democracia y de libertad” [Dorta, 2011]. Esta migración de un campo a otro (del campo del *street art* al campo del arte) es uno de los elementos que incitan la disputa por el sentido de la intervención de paredes, con defensas que acusan de corromper el sentido primigenio del ocultamiento y la clandestinidad a quienes propician la institucionalización de la práctica y permiten sea integrada a la cultura de masas.

Pero otra forma de distanciar la noción *graffiti* de *street art* ha sido distinguir la intención que guarda cada lenguaje visual, bajo un análisis de tipo sociológico. Armstrong [2005] diferencia que mientras el graffiti funciona “como un medio estético de la ocupación”, el *street art* (ausente de letras) no busca reclamar “la propiedad sobre los espacios” sino que propone “la reutilización de ellos”; de tal suerte que en vez de ser una práctica territorial (como es la naturaleza del graffiti desde sus orígenes), el *street art* es “reterritorial”. Esta manera de entenderle anticipa las dos lógicas que en los capítulos de resultados (III, IV y V) se desarrollan: en tanto el graffiti se expresa como un reclamo ante “el poder de la ciudad”, el *street art* opta por “trabajar con el entorno urbano”. El graffiti “pretende cubrir tanto terreno como sea posible [...], y el *street art* está generalmente más preocupado con la colocación específica y estratégica de las piezas que trabaja con y no contra el medio ambiente construido” [Armstrong, 2005]. En su análisis, el autor habla en términos abstractos del *graffiti* y el *street art*, sus diferencias e intenciones, con lo que da cuenta del fenómeno desde los sujetos que marcan la ciudad con relación a la manera en que entienden el espacio, lo que se expresa en los modos de intervenirlo. Es por eso que su perspectiva resulta pertinente para el enfoque de esta investigación bajo el análisis de la teoría de

los campos, no así para la aproximación al fenómeno desde la significación del paisaje pues (como se vio en el apartado 1.4 del Capítulo I) se puede buscar propiedad simbólica mediante los procesos de apropiación.

## 2.4 En la frontera tijuanaense

Este repaso no estaría completo sin mencionar movimientos como el cholismo y el chicanismo, aunque aquí se pretende evitar interpretaciones que parezcan proponer alguna relación causal entre uno y otro fenómeno, es decir, entre estos movimientos y el *street art*. Tanto el cholismo – movimiento popular juvenil ligado al pachuquismo de los años treinta pero cuyo origen se identifica en la década de los setenta, de carácter barrial y asociado al pandillaje [Valenzuela, 1997]–, y el chicanismo –movimiento gestado en los sesenta como una lucha de identidad social en busca del reconocimiento de derechos civiles, conformado inicialmente por mexicoamericanos radicados en California, en cuyo discurso e imágenes recupera tradiciones mexicanas, iconografías nacionalistas y prehispánicas [Lara, 1990]– han adoptado al mural callejero como uno más de los lenguajes en los que se expresa su identidad, mas no es la intervención de paredes el resultado de tales movimientos, tampoco es su único fin (ni siquiera el principal).

El chicanismo, en un ánimo educativo, de reforzamiento de valores y de divulgación patrimonial-cultural, ha trabajado de manera muy cercana con manifestaciones artísticas: existen amplios registros de literatura (en ocasiones bilingüe), teatro popular, músicas fusión y murales callejeros. De esta manera, es posible referir a un *arte chicano* a partir de la producción de objetos, discursos y símbolos. Por otro lado y otorgándole distintos sentidos, el cholismo también empleó manifestaciones artísticas en colonias (barrios) de la frontera entre México y los Estados Unidos donde la intervención de paredes tuvo intenciones de establecer una demarcación identitario-espacial, eminentemente barrial:

“El cholo también ha dado un amplio desarrollo al uso del graffiti como recurso conspicuo de identidad. El placazo o graffiti del cholo se refiere principalmente al nombre del joven o al de su barrio, con lo cual se convierte en especie de mojón que define los límites del poder barrial. El placazo alude a una realidad de jóvenes de las colonias populares



definida por su búsqueda de demarcar los límites de identificación/diferenciación” [Valenzuela, op. cit., 88].

Aquí es donde se borran las fronteras entre uno y otro movimiento frente al empleo de las paredes como proclama identitaria, y es también donde se entrecruzan los sentidos del mural callejero con relación a herencias tales como el muralismo mexicano posrevolucionario, manifestación artística y cultural sobre la que si bien no existe consenso entre los historiadores para determinar cuándo se convierte en movimiento, su origen se cuenta a partir de 1922 con los murales elaborados en la Escuela Nacional Preparatoria [Delgadillo, 2008]. Valenzuela [1997] distingue las marcas cholas y chicanas en sus estilos graffiti (*tag*, textual-barrial) y mural, y articula la expresión mural del chicanismo a la tradición muralística mexicana de donde establece que la expresión pictórica mexicoamericana (con su representación de símbolos sociopolíticos de “lo mexicano”) es resultado de la influencia “que el muralismo mexicano ejerció sobre diversos artistas chicanos quienes desarrollaron una gran cantidad de murales durante El Movimiento” [Valenzuela, loc. cit., 87]. Esto impactó en la producción de intervenciones de paredes en el entorno fronterizo entre México y los Estados Unidos, especialmente en Tijuana, ciudad en la que se registra a principios de los noventa el surgimiento de grupos de jóvenes “a quienes se les reconoce como taggers” (palabra que alude al *tag*, o etiqueta, firma, placazo).

En San Diego, ciudad estadounidense colindante con Tijuana, se desarrolla el marcaje graffiti clandestino con *crews* que hacen de su práctica una apropiación transfronteriza ya que *plaquean* también el lado mexicano [Ibídem, 89]. Ello detona cierta competitividad por hacerse notar y “defender” el espacio urbano mediante marcas con aerosol por parte de jóvenes tijuanaenses. Es pertinente puntualizar un rasgo que ya desde los noventa señalaba Valenzuela respecto al fenómeno graffitero en Tijuana y que de cierta manera da marco al fenómeno actual: “Contrariamente a lo que mucha gente piensa, la expresión grafitera posee una composición transclasista, en la cual participan jóvenes (hombres y mujeres) de todas las clases y sectores sociales” [Valenzuela, op. cit., 90]. Esto es: pese a que marcar o rayar las ciudades tiene un origen aparentemente marginal en lo que se ha entendido históricamente como graffiti o *street art*, en Tijuana tal práctica surge con jóvenes cuyas biografías no se asocian necesariamente a

entornos de pobreza, segregación ni desintegración familiar, por lo que tampoco se origina como práctica de carácter barrial aunque quizá sí de diferenciación grupal, al distinguirse por *crews*.

Existen publicaciones no de naturaleza académica pero sí con pretensiones historiográficas que hablan del *street art* mexicano como un fenómeno que nunca pasó por la frontera entre México y los Estados Unidos sino que se origina y difunde a partir del Distrito Federal; tal es el caso del libro “La historia del graffiti en México” de Pablo Hernández Sánchez [2008]. Con esto se puede ver que el *street art* se disputa no solo la simbolización del espacio urbano sino asimismo su lugar en la historia. Por ello resulta oportuno revisar el trabajo de Jorge Sánchez (“Jofras”) [2013] en el que propone un recuento histórico con centralidad en las décadas de los ochenta y noventa respecto al “taggerismo” y “graffitismo tijuaneño”. Además de reconocer las influencias del chicanismo y el cholismo que autores como Valenzuela refieren, “Jofras” pone la atención en Los Ángeles (California, EU) como un espacio que por la cercanía geográfica y cultural con Tijuana propició el desarrollo del *street art* de carácter transgresor en el lado mexicano, creando un sincretismo entre las marcas neoyorkinas y las cholas. Censa, por así decirlo, a los individuos y *crews* tijuaneños germinales de tal práctica, entre los que destaca el colectivo HEM (cuyas siglas significan “Hecho en México”). Si bien se conformó a finales de los ochenta, este *crew* sobrevive a la fecha con miembros que participan de las dos posibilidades jurídicas del *street art*: legal e ilegal. Los otros *crews* conformados a inicios de los noventa y cuya intención primigenia era de marcaje transgresor son PK (Pig Killers), HAP (Homies Altamira Punks), OIT (Only One Tagger), OEK (Organización en Kontrol), NKM (Nuestra Kultura Mexicana), BTS (Beating The System) y PL (Puros Locos) [Sánchez, 2013: 27].

Como se ve, la información es amplia cuando se buscan registros de la ocupación del espacio urbano con marcas que representan una identidad grupal, marcas con sentido antihegemónico y desafiante del orden discursivo. Sin embargo, hay otra parte de la historia que no se cuenta si se quiere ver este fenómeno desde su dimensión autorizada: la realización de murales en paredes y puentes de Tijuana como parte de un proyecto de ciudad, apoyado por la administración pública y empresarios. Si bien la noción *street art* para aludir a un proyecto en el que participan artistas y diseñadores con intenciones decorativas estaría en debate, es importante revisar que la ciudad desde los noventa contaba con marcas en paredes dentro de una lógica de asignación y gestión de muros.

Figura 2. El circo mexicano sobre la tierra de nadie



Mural: El circo mexicano sobre la tierra de nadie (pared oeste)  
Autor: Oscar Ortega  
1995

Fuente: <http://oscarortegavisualart.com>

El empresario José Galicot encabezó en Tijuana un proyecto de “mejoramiento de imagen” [Sánchez, 2010: 172] a principio de los noventa que consistió en promover la realización de murales en diversos puentes de la ciudad, elaborados por autores bajo contratación y contando ya con los permisos de las autoridades<sup>19</sup>. Se trató de una campaña titulada “Con amor a Tijuana” donde se financiaron 86 murales [*ídem*]. El artista plástico tijuanaense Oscar Ortega se sumó a esta iniciativa en 1995 creando un mural dividido en dos piezas, ubicado en uno de los puentes de la garita hacia San Ysidro. El título del mural es “El circo mexicano sobre la tierra de nadie” (Figura 2). Ortega narra la historia de esta pieza recordando que fue él quien al enterarse del proyecto de Galicot se acercó para proponerle el mural, negociando el pago. Un antecedente que

<sup>19</sup> En 1993 se conformó el Comité de Imagen de Tijuana, presidido e impulsado por el empresario José Galicot “con la idea de promover el arraigo en la ciudad y el cariño hacia su gente” [Sánchez, 2010: 171].

permitió que la propuesta del artista Oscar Ortega fuera aceptada, fue otro mural que realizó en Playas de Tijuana sobre un edificio en ruinas y cuya fama tuvo alcances internacionales. Esa primera pieza de intervención pública, titulada “La esquina de un mundo... Tierra” (Figura 3), Ortega la creó en 1992 a partir de una convocatoria lanzada entre el Ayuntamiento de Tijuana y el programa federal Solidaridad, sentando con ello un referente en la intervención del espacio público de Tijuana bajo una lógica de autorización.

En entrevista para este trabajo de tesis, Ortega explicó que él mismo propuso el espacio para la realización de ese primer mural: un edificio caído, derrumbado por el alto oleaje registrado en Playas de Tijuana en 1978 (fenómeno que devastó gran parte de la infraestructura de dicha zona). El inmueble (originalmente Hotel Bel-Mar) quedó parcialmente enterrado en la arena de la costa. “Sí, propuse el espacio. Les fascinó, pasó por un consejo, luego del consejo te daban una carta, luego con la carta te daban el permiso, y toda una serie de movimientos los cuales me sirvieron para saber cómo se hace la obra pública”, narra el artista.

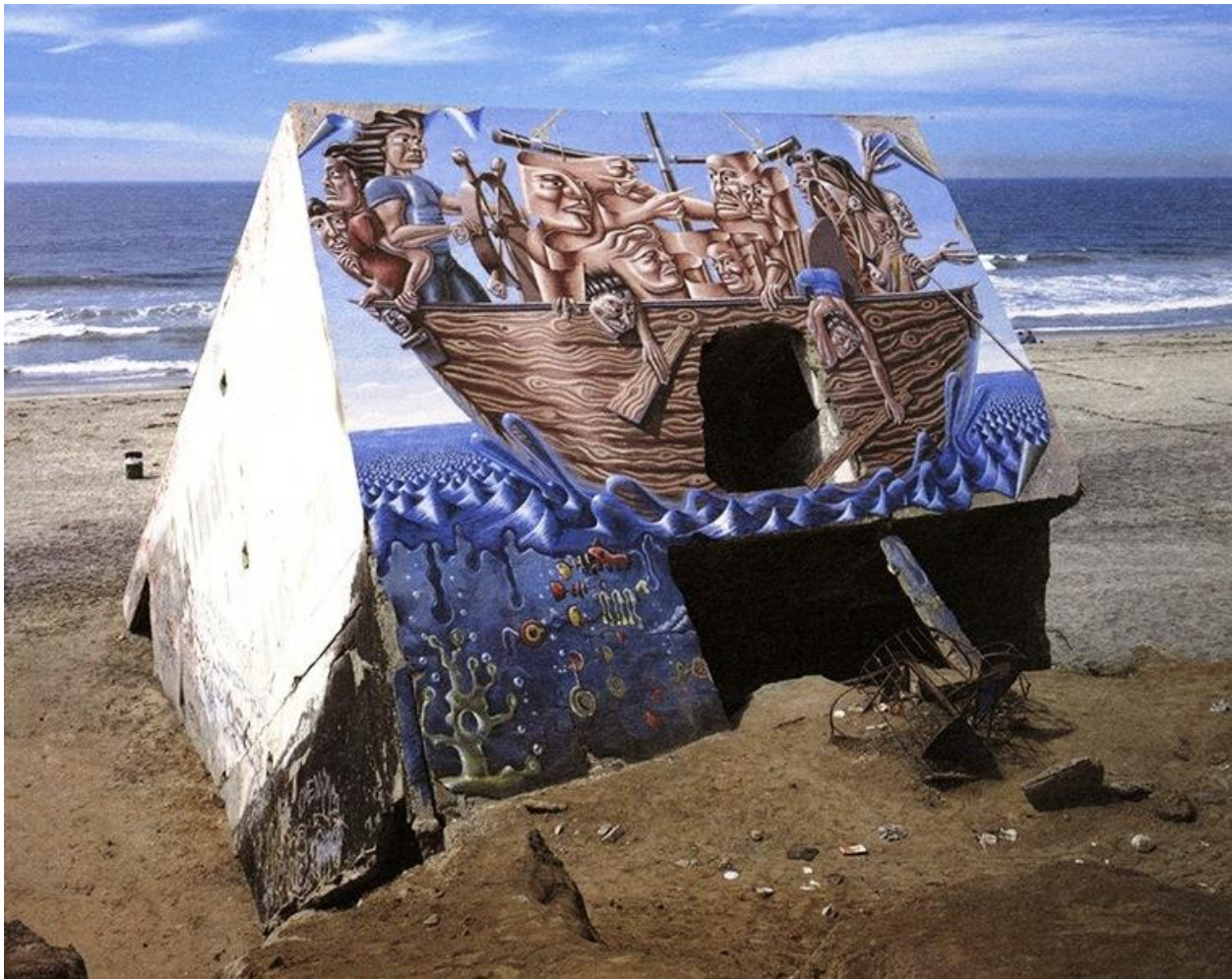
El mural participó en la edición de 1994 del evento binacional InSite, iniciativa donde se privilegia el trabajo de intervención artística pública de autores en San Diego y Tijuana. Además, el cantante y compositor vasco Fermín Muguruza le compuso un poema a la pieza pintada por Oscar Ortega que posteriormente fue musicalizado por el grupo de rock Tijuana No, el cual realizó un videoclip en 1994 en donde el mural queda visualmente documentado<sup>20</sup>. Esto aunado a numerosos reportajes de la época. Todo ello le dio visibilidad al trabajo de Ortega, lo que a su vez le legitimó como artista permitiéndole sumarse a otros proyectos en entornos urbanos, como el impulsado por Galicot. De dicho proyecto (desarrollado en 1995), se realizaron “decenas de murales” como “parte de un programa para embellecer las zonas urbanas de Tijuana”, según registra Oscar Ortega en su página oficial<sup>21</sup>. Muchos de los murales pintados dentro de esta propuesta sobreviven a la fecha, aunque con notables deterioros.

---

<sup>20</sup> Grupo: Tijuana No. Título de la canción: “La esquina del mundo”. Video para su consulta en línea: [https://www.youtube.com/watch?v=kbE\\_5XrIf0](https://www.youtube.com/watch?v=kbE_5XrIf0)

<sup>21</sup> Sitio Oscar Ortega, Visual Art: <http://oscarortegavisualart.com/>

Figura 3. La esquina de un mundo... Tierra



Mural: La esquina de un mundo... tierra  
Autor: Oscar Ortega  
Fotografía: Philipp Scholz Rittermann  
1992  
Fuente: <http://oscarortegavisualart.com>

## 2.5 El contexto actual

Tijuana ha presentado en la última década un incremento de murales callejeros que se han elaborado bajo un esquema de gestión del espacio urbano. Esto responde a diversos factores. Uno de ellos es la creación de la carrera en Artes Plásticas dentro de la también creada Escuela de Artes (ahora Facultad) en 2003, así como el aumento de estudios superiores en áreas como Arquitectura y Diseño, pues ello ha propiciado la incursión de jóvenes en la intervención de paredes de la ciudad al margen de experiencias en el marcaje clandestino. Varios de los autores de murales callejeros cuyo trabajo es más visible actualmente (del 2010 al 2014) son diseñadores gráficos y arquitectos, y –aunque algunos sí han elaborado piezas de manera clandestina– su

trabajo más notable (en términos de dimensiones y complejidad) son murales realizados con autorización dentro de diversos sistemas: son contratados por particulares, obtienen becas tras atender convocatorias oficiales, son invitados por instancias gubernamentales o por asociaciones civiles, o simplemente piden el espacio de manera directa al propietario de la pared realizando sus piezas de forma autofinanciada.

Figura 4. “A pesar de todo Tijuana se mueve”



Mural de Reacciona Tijuana  
Fotografía: Melina Amao  
2010

Reacciona Tijuana es un organismo ciudadano consolidado en 2010 cuya finalidad ha sido “crear la conciencia necesaria para que se gesten las acciones en conjunto por el bien de Tijuana<sup>22</sup>”, esto para contrarrestar el ambiente de inseguridad tras los altos índices de violencia criminal registrados en 2008. En su sitio oficial se describe que quienes conforman tal organismo son “un grupo de gente trabajadora que piensa que incorporar la no violencia a través de algunas frases, puede ser, en cierto modo, una forma valiente de luchar contra las balas”. Las frases a las que se hace mención fueron plasmadas en diversos puntos de la ciudad a través del mural como un recurso para alcanzar sus objetivos (Figura 4). Al paso del tiempo, Reacciona Tijuana diversificó

<sup>22</sup> Así lo expresa el organismo Reacciona Tijuana en su sitio oficial: <http://reacciona.org/>

los canales para hacer llegar su mensaje, empleando lonas igualmente con frases, y llevando sus acciones a colonias marginadas de la ciudad, donde ha hecho del mural un mecanismo de recuperación de espacios en el que participan no solo quienes integran la asociación sino además la comunidad a la que se llega, a manera de intervención e integración social. Tales labores están encabezadas por el artista plástico Garzón Masabó, quien además es profesor de la Facultad de Artes e involucra a sus alumnos en la tarea de intervenir colonias dentro de este programa y de orientar a los colonos en la realización de intervenciones mediante talleres.

Por otro lado, en 2010 el festival artístico y cultural Entijuanarte impulsó la realización de una veintena de intervenciones públicas en la avenida Revolución (figura 3), en el centro de Tijuana, donde se invitó a artistas tanto de Tijuana como de otras ciudades y países. La mayoría de las intervenciones (17 de ellas<sup>23</sup>) fueron expresadas en murales elaborados sobre establecimientos comerciales, siendo los autores tanto artistas plásticos (con experiencia en entornos urbanos) como graffiteros o exgraffiteros de amplia trayectoria. Según los impulsores de este proyecto<sup>24</sup>, titulado “*Entijuanarte Revoluciona / Intervención artística de impacto comunitario*” y encabezado por el artista visual Julio Rodríguez (director general de Entijuanarte), las intervenciones perseguían varios objetivos: uno de ellos obsequiarle a la ciudad piezas duraderas que dieran testimonio del festival anual; así también, reactivar en términos económicos y turísticos la avenida Revolución tras las crisis de seguridad y financiera; y crear “una galería urbana” (frase expresada por Julio Rodríguez en entrevista para esta tesis) que permitiera a los transeúntes disfrutar de elaboraciones artísticas de manera gratuita. De las piezas creadas en este proyecto, para este 2014 se conservan cerca de la mitad.

---

<sup>23</sup> Registro de esto en el Catálogo Entijuanarte 2010, publicado en 2013.

<sup>24</sup> El proyecto contó con la curaduría de Olga Margarita Dávila.

Figura 5. Entijuanarte Revolucionaria



Mural promovido por Entijuanarte  
Autor: Foi Jiménez  
Fotografía: Melina Amao  
2010

De manera creciente, las dependencias culturales realizan festivales urbanos (titulados Urban Fest.) donde invitan a graffiteros o exgraffiteros a dar demostraciones de realización de sus piezas con aerosol frente a un público principalmente juvenil, esto en coordinación con la Secretaría de Seguridad Pública como reforzamiento de los programas antigraffiti. De igual forma, el ayuntamiento y el gobierno del Estado llevan a cabo convocatorias dirigidas a artistas urbanos o, bien, se coordinan directamente con algunos autores de murales callejeros para que éstos intervengan las paredes de las casas de la cultura, escuelas u otros recintos, con intenciones de “rehabilitar espacios públicos a través del arte”<sup>25</sup>.

Lo anterior da cuenta de una diversidad de sujetos que intervienen el espacio urbano en un ámbito de legalidad, otorgándole a la práctica sentidos que distan de la transgresión y tiende más al carácter social, artístico, económico, turístico, decorativo y educativo del mural. Ello no

---

<sup>25</sup> En boletín oficial se expresan tales nociones: el mural como entidad rehabilitadora del espacio que ha sido dañado por el graffiti (Anexo 2).



implica que las formas transgresoras, subversivas y antihegemónicas desaparezcan, sino que se suman nuevas intencionalidades y estéticas al paisaje urbano.

Esta revisión permite ubicar la multiplicidad de sentidos con los que se asume la intervención del espacio urbano cuando se trata de propuestas pictóricas en los muros, no solo a partir de quienes producen murales sino también de aquellos que los patrocinan o, bien, sancionan. Frente a ello y con el respaldo del repaso histórico, es posible entender la complejidad de discursos frente a la práctica, lo que sirve de antesala para analizar el fenómeno contemporáneo, su propuesta como ruptura o continuidad, sus nexos y distancias con los orígenes del marcaje de las ciudades aquí señalados: graffiti en su sentido *old school*, muralismo en su entendido político-artístico, o significaciones de tipo identitario-territorial. Este repaso además permite identificar los riesgos de la interpretación anticipada o poco documentada. Es preciso contar con un punto de partida para comprender no solo las formas de apropiación (visual, simbólica) del espacio, sino al espacio mismo que se simboliza y significa, entenderlo como construcción social y cultural inacabable.

### **CAPÍTULO III: Participación desde experiencias diferenciadas: disputas y tensiones**

Este trabajo de investigación ha planteado responder algunas preguntas con relación a las intervenciones urbanas que actualmente transforman la estética de la ciudad, poniendo la centralidad en los autores de murales callejeros que intervienen el espacio urbano de manera autorizada, dado que justamente los murales más visibles han sido elaborados tras previa gestión de las paredes. Cabe iniciar apuntando que la inmersión al trabajo de campo ha permitido identificar que quienes intervienen el espacio urbano de Tijuana con *street art* participan de este campo desde experiencias diferenciadas, pese a que coincidan en la condición jurídica legal de la práctica; esto es fundamental para comprender las particularidades y evitar el agrupamiento de los autores como respuesta al fenómeno. Dichas experiencias se construyen a partir de elementos concretos en los sujetos de estudio, tales como la entrada al campo (del *street art*), la escolaridad (la influencia que la formación profesional ha tenido en algunos de los realizadores de murales), las formas en que se respetan o rompen las reglas del juego (en términos de Bourdieu), y los significados, sentidos y valores atribuidos a la práctica.

Desarrollamos en este primer capítulo de resultados el siguiente objetivo específico:

- Analizar de qué manera se conforma el *street art* como campo en Tijuana, cuáles son los objetos en disputa.

Este objetivo contribuye al objetivo general a manera de preludio, ya que permite situar a los participantes del *street art* con base en la teoría de Bourdieu, lo que a su vez devela de qué manera participan los sujetos en la producción simbólica de la ciudad con *street art* a partir de la posición que ocupan en el campo. Si bien el tercer objetivo específico<sup>26</sup> busca ahondar en el perfil de los participantes del *street art* al proponerse *Diferenciar, mediante una revisión de su trayectoria, cómo se constituyen y qué características tienen los creadores de murales callejeros autorizados en Tijuana*; aquí se hace una presentación de los sujetos desde sus rasgos

---

<sup>26</sup> Esto se desarrolla en el *Capítulo V: El street art en Tijuana: dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego*.

diferenciadores, obtenidos tras la codificación y categorización de esos códigos, en el trabajo de sistematización de las entrevistas.

### **Conformación del campo en Tijuana**

Algunos de los códigos de las familias *Participación simbólica* y *Participación experiencial* (Gráficas de ambas familias en Anexo 4) han permitido desarrollar la interpretación respecto a la conformación del campo del *street art* en Tijuana. Los códigos empleados son:

<b>Familia</b>	<b>Códigos empleados</b>
Participación simbólica	Autodefinición Designación a la práctica Disputas por el espacio Noción de la ciudad Noción del “otro”

- Descripción de los códigos:
  - Autodefinición: Manera en que el sujeto se refiere a sí mismo en el ámbito de la intervención del espacio urbano.
  - Designación a la práctica: Maneras en que el sujeto de estudio designa a la práctica de intervenir paredes del espacio urbano.
  - Disputas por el espacio: Tensiones entre los sujetos por el uso del espacio urbano con *street art*.
  - Noción de la ciudad: Postura del sujeto frente a la publicidad, frente a las autoridades, y valoración del espacio urbano.
  - Noción del “otro”: Postura del sujeto frente a los otros que asimismo simbolizan el espacio con murales.

Familia	Códigos empleados
Participación experiencial	Antigüedad en el campo Apropiación del espacio Entrada al campo Pertenencia a <i>crews</i> Transición ilegal-legal

- Descripción de los códigos:

- Antigüedad en el campo: Tiempo que el sujeto tiene dedicándose a intervenir el espacio urbano.
- Apropiación del espacio: Maneras en que el sujeto interviene: negociando, transgrediendo, gestionando.
- Entrada al campo: Manera en que el sujeto ingresa al campo del *street art*.
- Pertenencia a *crews*: Si es o ha sido miembro de un colectivo o grupo de graffiteros. Maneras en que la lógica de *crews* determina su noción de la práctica.
- Transición ilegal-legal: Contexto y motivos por los cuales el sujeto con experiencia en el ámbito clandestino ha optado por una práctica legal de intervención.

Revisados los atributos particularizantes, es que se puede inferir que la entrada al campo del *street art* es el elemento que determina en mayor medida cómo se constituye el campo y, por lo tanto, las formas de participación. Ello dado que posiciona al sujeto en función a su antigüedad y a la acumulación de capital simbólico al interior del campo, capital obtenido a partir de su experiencia con el que podrá llevar su práctica frente a los otros participantes ya sea de manera *disputada* o *respetada*. Así, las dimensiones *simbólica* y *experiencial* permiten clasificar a los sujetos en dos perfiles:

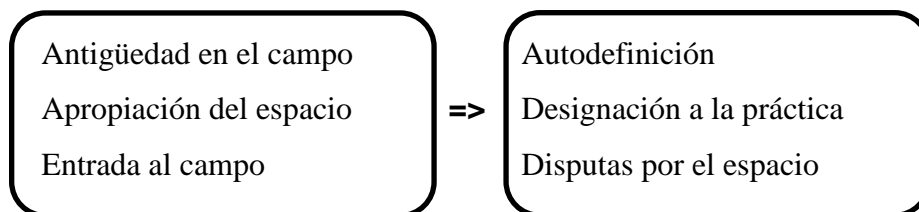
1. Por un lado, están aquellos que iniciaron en el graffiti territorial, transgresor, subversivo, antihegemónico, marginal, clandestino, textual y de *crews*; individuos que tras años en esta lógica transitaron a una práctica de intervención callejera en los ámbitos autorizados,

persiguiendo en sus intervenciones contemporáneas fines que poco o nada recuperan el sentido del graffiti considerado *old school*.

2. Por otro lado, se identifica a un grupo de sujetos que no pasaron por la experiencia clandestina de los primeros, sino que se inscriben en el campo del *street art* desde otros circuitos y experiencias, contando con una formación (o trayectoria) en áreas como arquitectura, diseño gráfico, publicidad y artes plásticas; subvirtiendo mediante la gestión de paredes el rasgo transgresor del graffiti tradicional, entendido como marca que impone. Algunos de estos sujetos si bien cuentan con experiencia en el ámbito clandestino, su producción más visible en términos de dimensiones la elaboran en paredes autorizadas; además, su experiencia cuando ha sido clandestina no ha sido dentro de *crews* sino individual.

Estos dos perfiles permiten a su vez un análisis del campo del *street art* en términos de hegemónicos (o dominantes) y de pretendientes tras distinguir las tensiones entre los participantes en función de las reglas del juego, recurriendo a la teoría de Bourdieu ya desarrollada en el capítulo teórico.

Tras la sistematización de los datos, se ha podido identificar una fuerte relación entre códigos de la familia *Participación experiencial* y códigos de *Participación simbólica* que hemos clasificado de tipo causal. Es decir, algunos componentes de la experiencia en el campo del *street art* conllevan a la construcción simbólica de la participación de manera más presente que otros elementos identificados.



Ante la relación encontrada entre los códigos ‘Antigüedad en el campo’ + ‘Entrada al campo’ + ‘Apropiación del espacio’ con los códigos ‘Disputas por el espacio’ + ‘Designación a la práctica’ + ‘Autodefinición’, sobresalen cuatro tipos de disputas, en el marco de la disputa principal que rige el campo del *street art*.

Las cuatro disputas identificadas son:

- A. Disputas por el uso legítimo del espacio urbano (dentro de la lógica hegemónicas vs. pretendientes).
- B. Disputas de enunciación.
- C. Disputas entre dos tipos de actores.
- D. Disputas de significación y resignificación.

Las disputas se han podido clasificar en esas cuatro áreas a partir de la recurrencia a dichas nociones (tensiones frente al uso del espacio, diversidad para nombrar a la práctica y a sí mismos, y las polisemias con las que asumen la práctica frente a una visión social estigmatizada) encontrada en los entrevistados dadas sus experiencias. Esto contribuye a vislumbrar cómo se constituye el campo, poniendo de relieve los objetos en juego.

**A. Disputas por el uso legítimo del espacio urbano (dentro de la lógica hegemónicas vs. pretendientes)**

La primera disputa visible es por el uso legítimo del espacio urbano para fines de simbolización de la ciudad y significación del paisaje mediante *street art*, lo que devela la existencia de agentes dominantes y agentes pretendientes, en términos de Bourdieu. Los dominantes (referidos así por poseer el dominio de los bienes de un campo) en este caso son aquellos creadores de murales callejeros –pueden o no autoidentificarse como *graffiteros*<sup>27</sup>– que cuentan con la experiencia de la clandestinidad, al margen de que actualmente realicen piezas con previa gestión de los muros, por contrato u obtención de becas. Además, se han ganado el respeto dentro del campo por cuestiones de capital simbólico: un prestigio que surge a partir de la ubicación, cantidad y complejidad de sus marcas, y de una trayectoria de más de 10 años. Otra característica

---

<sup>27</sup> Esto se desarrolla en el apartado B de este capítulo: *Disputas de enunciación*.

identificada como relevante dada su recurrencia, es que los dominantes pertenecen o han pertenecido a *crews* (colectivos de graffiteros).

De los sujetos de estudio, quienes fungen como dominantes dada su trayectoria, su inicio en la intervención como práctica clandestina y –en el caso de tres de ellos– su defensa al sentido ortodoxo del campo, son: Shente (más de 25 años de trayectoria), Libre (14 años de trayectoria), Kafy (más 25 años de trayectoria), Spel (13 años de trayectoria) y Shekz (16 años de trayectoria). Los tres primeros pertenecen al *crew* HEM, y el último al *crew* LSK.

A los hegemónicos no les causa conflicto que se les refiera como *graffiteros*; ni tampoco desprecian nociones como artistas, artistas urbanos o muralistas<sup>28</sup>. Pero es desde tal construcción (la de “graffitero”) que los hegemónicos refieren a las reglas del juego en el campo del *street art*:

“Que seas graffitero obviamente tienes que aventarte un buen de ilegales y pues demostrar tu trabajo en las calles, que la gente pueda ver que sí te animas a aventarte un ilegal o ilegales. Es como todo, lo tienes que ver como que llegaron y plasmaron ahí su placazo; entre más riesgoso mejor, porque te pone más crédito a lo ilegal. Yo sé que mucho ahora gracias a que están más accesibles las latas y hay maneras de aprender a pintar con latas gracias al internet y todo ese rollo, ya no es como antes que aprendías ya haciendo ilegal o juntándote con los vándalos, porque era nuevo, y ahorita ya es más diferente, ya puedes entrar a una parte y le buscas y le encuentras” [Kafy].

En el pasaje anterior se alude al *reconocimiento* como un capital simbólico obtenido en el campo de la intervención del espacio urbano a partir de dos situaciones de riesgo: el riesgo por la ubicación de la pieza, y el riesgo a ser detenido por la policía al tratarse de un marcaje “ilegal”, reglamentado como infracción. Un capital simbólico que se adquiere al “demostrar tu trabajo en la calle”. También se puede ver que el sujeto de estudio apunta hacia la accesibilidad de los materiales y de la información (vía internet) como dos factores que han producido nuevos actores que se inscriben en el *street art* eludiendo su cuota de ingreso, como Bourdieu explica la figura

---

<sup>28</sup> Ídem.

del pretendiente dentro de cualquier campo. Esta visión respecto a cuestionar la incorporación de nuevos participantes en el *street art*, a manera de defensa de las reglas del juego, se identifica en pasajes de otros entrevistados:

“Está *cool* que haya tanta gente ahorita pintando y también por eso mi rollo de no querer pintar aquí; que pinten ellos, igual es su momento de que pinten, metan chamba, hagan un nombre. Digo: muchos, sin decir nombres, entraron como que lo conoce alguien y lo conoce alguien más y de repente ‘pum’ ya está hecho. De esos artistas como sopa Maruchan que de repente ya salió, y se me hace chistoso ese tipo de fenómenos pero, digo, es válido dentro de” [Spel].

La cuestión de las redes sociales y la visibilidad mediática son aspectos cuestionados por algunos de los hegemónicos, debido a que en su experiencia de más de una década la manera en que se “hicieron de un nombre” y se ganaron su derecho a la calle fue por mérito propio (“meter chamba” significa estar presente en el espacio urbano, ser constante en las intervenciones); es decir, sin el aval de voces legitimadoras vía redes sociales (“entraron como que conocen a alguien y conocen a alguien más y ‘pum’ ya estás hecho”).

Dado que la clandestinidad es una propiedad de iniciación en su experiencia de entrada al *street art*, la visibilidad es una forma de romper las reglas del juego, y en los sujetos de nuevo ingreso al campo (en teoría bourdiana: los pretendientes) ello se interpreta como un agravante. Esto es: si bien hay participantes hegemónicos que actualmente exhiben su trabajo en galerías, que figuran en artículos de revistas u otros medios, obtienen becas, son contratados e imparten talleres; dicha visibilidad se considera una evolución en el trabajo del individuo dada su trayectoria, un derecho ganado. En tanto esa misma visibilidad en los pretendientes, es para los hegemónicos entendida como una forma en que los de nuevo ingreso toman ventaja del trabajo urbano realizado y las consecuentes tensiones con la autoridad que vivieron en sus inicios los de mayor antigüedad en el campo.

“...Antes a mí me tocaba el rechazo. Porque nos agarraban y nos metían al bote y todo eso. No sé si se estén aprovechando también de uno pero



pues también hay que aprovechar. Además los morros van mirando y al que le interese se va guiando en esta cura de lo legal. Y ahorita más con internet... y van aprendiendo, pues a mí no me tocó” [Shekz].

“Pasó algo chistoso: como en junio del 2011 yo me fui a vivir a Guadalajara y regresé como en noviembre o diciembre, me eché una vuelta a Tijuana y de repente ya todo mundo pintaba, y era como ¡órale! ya todo mundo pinta, todo mundo es artista urbano, y era chistoso para mí ese rollo como de ‘no mames’: tenemos tantos años macheteándole para pedir permisos, que haya una aceptación, y de repente todo mundo está pintando” [Spel].

Ahora bien, los pretendientes son no solo quienes tienen menor tiempo en el campo (aquellos que inician en el marcaje de la ciudad en un tiempo menor a los 8 años de antigüedad), sino además quienes rompen las reglas del juego al inscribir la mayor parte de su experiencia o la totalidad de ella en marcos de legalidad; al ser visibles incluso en términos mediáticos; emerger no de condiciones marginales sino por el contrario de sectores considerados privilegiados (por su posibilidad de cruce transfronterizo, acceso a tecnologías, consumo cultural, y recursos materiales para realizar las intervenciones); contar con una formación escolarizada, no pertenecer a colectivos o *crews* y ser reconocidos en otro campo: el del arte (artes finas, arte contemporáneo). Con esto no se pretende generalizar que quienes participan de este campo desde la posición de hegemónicos se encuentren al margen del campo del arte, carezcan de escolaridad en el nivel superior, ni que devengan de estratos socioeconómicos marginados; sino concretamente se busca aquí identificar las regularidades en las experiencias de los pretendientes.

De los sujetos de estudio, quienes se ubican en la posición de pretendientes por lo aquí señalado son Panca (con 8 años de trayectoria), El Norteño (con 6 años de trayectoria), Once Cero Dos (con 3 años de trayectoria) y Ariana Escudero (con 4 años de trayectoria).

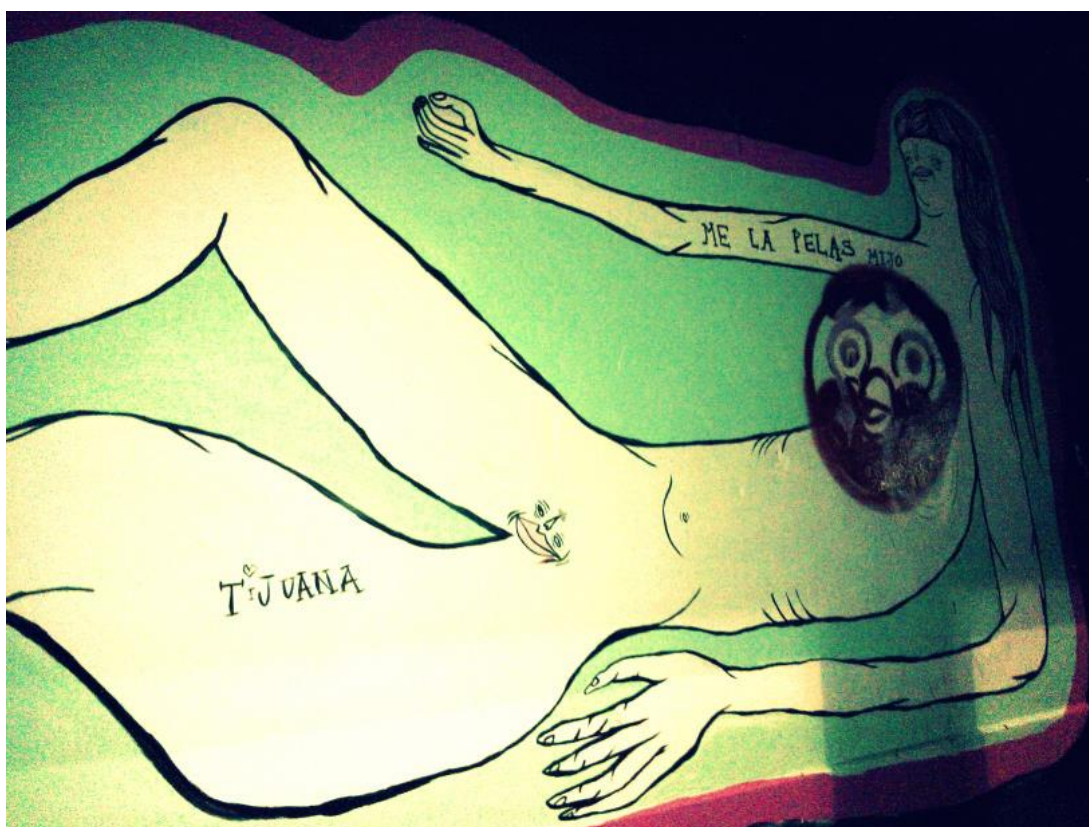
Frente a los pretendientes, los dominantes optan por la ortodoxia y realizan una defensa del campo de manera discursiva y, en ocasiones, material. Ejercen, pues, violencia simbólica y

violencia fáctica. La defensa discursiva, o sea, la violencia simbólica, se da al desprestigiar o menospreciar a los pretendientes con motes como “artistillas” o “rockstars”, ello en crítica de que quienes ingresan al campo no conocen la calle (las dinámicas de la calle y del graffiti: contar con una biografía en la que hayan sido acosados por la policía, *plaqueado* de noche, arriesgado la vida) y además son visibles en los medios de comunicación.

“Yo pinto con acrílico o con brocha o con rodillo y hay gente que pinta solamente con aerosol, supongamos que graffiteros, y me denominan como ‘artistilla’. No sé, hay un rollo ahí, no sé si es una cuestión de complejos, una cuestión de ideologías, hay algo. A mí en realidad no me importa. Pero así se me denomina: ‘es que es un artistilla’...” [El Norteño].

La defensa material del uso legítimo de las paredes de la ciudad con *street art* se aprecia cuando las piezas de los pretendientes son *rayadas* con graffiti textual en aerosol de manera más frecuente que las elaboraciones hechas por los dominantes (figura 1). Esto ilustra la disputa por el espacio urbano, pero no se busca aquí inferir que son los de mayor antigüedad los autores de tales acciones. De hecho, quienes han visto sus murales sistemáticamente marcados con aerosol (“rayados” o “encimados”) por otros sujetos aducen este marcaje a una intención territorial a cargo de individuos que asimismo son de nuevo ingreso al campo pero que se rigen por una lógica de *crews*, o de graffiti tradicional. Que imitan el habitus dominante. Es decir, la defensa material del uso legítimo de las paredes revela asimismo una disputa de sentido: existe una defensa de carácter *old school* frente a la intervención del espacio público. Así, se anteponen dos lógicas que enmarcan la disputa por el espacio: la lógica del graffiti barrial-territorial y la lógica de quien interviene de manera no-clandestina ni transgresora.

Figura 6. Mural encimado



Mural de Panca encimado por otro autor, cuyo estilo revela su identidad  
Calle Sexta y Av. Revolución  
Fotografía: Melina Amao  
2014

“Aquí es un rollo más distinto, es como muy territorial, una neopandilla pues, la gente vive con unos ideales de algo, o sea: los nuevos graffiteros quieren vivir como los viejos graffiteros y ni los viejos graffiteros viven como vivieron ellos antes, cuando empezaron. O sea, hay como un discurso bien extraño con ese graffiti, a mí la verdad no es algo que me interese. Como yo veo las cosas hoy en día sigo siendo ajeno a eso. Y aparte los artistas urbanos, igual nos conocemos todos, pero hay algo así, por alguna razón, es difícil que convivamos” [El Norteño].

Por otro lado, quienes no ven rayados sus murales con graffiti textual u otras marcas de aerosol de manera tan frecuente, consideran que ello responde a que se han ganado su derecho a la calle: “Como ya nos conocen en la calle, los graffiteros nos respetan” [Shekz]. Esto se explica también con la *primacía territorial*: un reclamo del espacio por haber llegado antes que, en este caso, se

manifiesta como un respeto hacia los de mayor antigüedad, donde la antigüedad proporciona capital simbólico. De esto se puede interpretar que los nuevos participantes del *street art* inscritos en la tendencia clandestina disputan su entrada al campo no contra los hegemónicos sino contra los otros pretendientes, aquellos que asimismo intervienen la ciudad pero con murales en espacios autorizados, sin pertenecer a *crews* ni emplear el aerosol como técnica principal.

“Es la discusión que siempre va a existir entre el graffiti legal e ilegal, y no se ha llegado a dar aquí en Tijuana todavía pero en el DF, por decir, ahorita un chingo de morros pintan legal una barda y un chingo de morros que pintan ilegal van y se las enciman, y es la discusión. Pero porque no tienen como el respeto de la calle; tendrán el respeto de la galería y del museo pero de la calle no, y eso es otra cosa. Afortunadamente yo tengo el de ambos y no me han encimado mis murales, pues porque conozco--- son mis compas los que los hacen legalmente y son mis compas los que se los enciman. Y pues ahí ya no sé, no me meto mucho” [Libre].

Ambas violencias, la simbólica y la fáctica, ejercidas en el campo del *street art* en Tijuana son efectivas: al menos tres de los entrevistados cuya experiencia ha sido mayormente no-clandestina han expresado sentir el menosprecio de “los graffiteros” cuando éstos les refieren como “artistillas”, e incluso han reconocido (dos de ellos) tener miedo a ser agredidos físicamente. Pese a lo anterior, a las disputas y a los temores despertados en el ejercicio interventivo a raíz de las violencias, ninguno de los participantes plantea como posibilidad el abandono de la práctica, ninguno ha optado por dejar de intervenir el espacio urbano, lo que representa un posicionamiento frente a un derecho: el derecho a la calle, porque “la calle es de todos” [Panca]. La estrategia en la que coinciden y que asimismo es un rasgo que les distingue de la práctica ilegal es no responder a esos códigos, esto es: no entrar en el juego de marcar las piezas de quienes marcan sus murales. La estrategia es, pues, seguir trabajando: continuar siendo visibles en el espacio.

“Lo que pasó es que yo entendí perfectamente el por qué y dije ‘ok, no me voy a bajar a ese nivel’, porque era un juego, como ‘a ver, a ver: tú tápame a mí’, y yo sabía que era alguien que nada más se quería hacer

famoso con ‘le ando tapando a la Panca y ella a mí’. Y dije ‘nah, eso es como andarte peleando con el novio, qué hueva’. Entonces escogí ignorarlo. Pero pensábamos que nos iban a madrear a nosotros en público, era como ‘wey, ¿qué les pasa?!’. Era un *dude* que la verdad viene de otras situaciones y no sabe cómo lidiar con las cosas de otra manera” [Panca].

“Así es la calle: la calle es de todos. No puedo llegar y decir ‘sí, yo quiero ser de la calle’ y de repente me tachen y me agüite, también no se me hacía como muy--- Se me hacía muy hipócrita que yo hiciera un panchote” [Panca].

“Yo creo que es como la manera de que uno entre a un juego del que uno no pertenece. Porque yo nunca busco con mi trabajo tapar a alguien para decirle ‘ey, aquí estoy y soy mejor que tú’, o ‘ey, aquí estoy y tú no perteneces aquí’... jamás, no me preocupa eso. Buscar una pared donde haya rayado alguien para ir a rayarles ahí, a mí no me motiva eso. Son códigos distintos. En el ambiente del graffiti sí porque es parte del lenguaje: vamos a ver quién es más capaz de llegar más alto, de taparte más veces, de hacer algo mejor y seguirte tapando. En mi trabajo no existen esos códigos” [El Norteño].

Desde la perspectiva de aquellos con mayor antigüedad en el campo y con experiencia en la lógica de *crews*, que se les rayen (tapen, encimen o tachen) los murales a los de menor tiempo en el campo no significa más que la disputa por el espacio que ellos mismos vivieron en sus inicios, por lo que lo consideran un rito de paso para aquel que busca inscribirse en el campo del *street art*, así sea de manera autorizada.

“Hay un ‘me vale madre: yo sí hago graffiti, tú eres pintor de la calle. Pinta en otro muro, ¿por qué vienes a pintar aquí?’. También es muy estúpido del lado del graffitero, o sea, wey: ¿para qué lo encimas? te estás buscando broncas. Pero pues ahí ya son dos mentes que están en choque. Es como un *statement* de ambas partes. Yo no estoy de lado de

ninguno. Yo les digo ‘pues ve y restáuralo y ya, no le hagas caso’, mis compillas dicen ‘no mames, pinche vato ya van varios que me encima’, y pues tienen miedo también” [Libre].

Lo que se deja establecido como una de las reglas del juego es que ganarse su *derecho a la calle* (a intervenir los muros de la ciudad) implica reconocer los espacios: las diversas zonas y a quienes se las han apropiado a través de un marcaje constante. Aunque al margen de ello, de reconocer a quienes llegaron antes, una de las propiedades que permitirá ser respetado es la participación persistente con intervenciones, es decir: se trata justamente de no renunciar al espacio urbano.

## **B. Disputas de enunciación**

La segunda disputa identificada es de carácter enunciativo a cargo de quienes participan del campo para nombrar no sólo a la práctica interventiva sino a sí mismos y a “los otros”, en función a la posición dentro del campo. En este trabajo se ha referido a los sujetos de estudio como productores o realizadores de murales, participantes del campo del *street art*, agentes, actores o, bien, hegemónicos y pretendientes (según su posición). El motivo de ello es: no se pretende asignar formas (semánticas) concretas para referir a la práctica ni a quienes la ejercen, de manera que se busca evitar atribuir nomenclaturas cargadas de un sentido opuesto al que los propios sujetos conceden a su ejercicio de intervención urbana. Además, en términos metodológicos, se ha evitado orientar las respuestas en los entrevistados y –en cambio– desentrañar de sus testimonios los significados desde los cuáles se inscriben en el *street art*. Así, mediante la codificación y sistematización de las entrevistas realizadas, se ha podido distinguir una disputa enunciativa que se origina en la dimensión experiencial de los sujetos. Fundamentalmente son tres los frentes identificados en esta disputa, los cuales presentan una relación directa con la posición dentro del campo y la manera en que asumen su práctica:

[1] los *graffiteros* + otras autodefiniciones

[2] los *no-graffiteros*, sí otras autodefiniciones

[3] los únicamente *graffiteros*

Estas clasificaciones surgen a partir de la regularidad encontrada en las entrevistas, donde unos sujetos de estudio admiten toda forma para nombrarles, mientras otros defienden formas específicas y argumentan contra las que consideran imprecisas.

[1] los *graffiteros* + otras autodefiniciones

En el primer grupo, una regularidad encontrada es: se trata de sujetos participantes del *street art* como hegemónicos, dadas las características experienciales explicadas en el apartado anterior (Disputas por el uso legítimo del espacio): pertenencia a *crews*, antigüedad de más de 10 años, marcaje textual. Como cuentan con la experiencia de la clandestinidad y han otorgado a su práctica un sentido transgresor (al menos en sus inicios), no se incomodan con la noción *graffitero* aunque admiten otras formas para autodefinirse debido a su tránsito de *lo ilegal a lo legal* y a la heterogeneidad de técnicas y materiales manejados. Son, pues, quienes muestran mayor flexibilidad para referir a su propia práctica, ya que no les causa conflicto se les designe bajo otras nociones, entre ellas: ‘artista urbano’, ‘artista’, ‘pintor’, ‘muralista’, ‘neomuralista’, ‘*street artist*’ o ‘*writer*’.

“Más que nada me gustaría pues lo que es: soy un graffitero, y pues ya de ahí puede salir toda una rama que puede ser *writer* o puede ser muralista...” [Kafy].

“Particularmente no me ofende que me digan ‘tú eres graffitero’, ‘tú haces graffiti’. A mí no me ofende, estoy cómodo con ese término. Pero como que a la gente le causa cierto conflicto, entonces usan este término de ‘artista urbano’, ‘arte urbano’. A parte es, creo, para generalizar todo lo que se está haciendo en la calle, que no necesariamente es con aerosol” [Spel].

No obstante que el término *graffitero* les resulte adecuado para identificarse, los sujetos de este grupo no ignoran las connotaciones sociales de carácter negativo, por su estigmatización, que dicha palabra carga. Por ello, suman a la autodefinición *graffitero* otras posibilidades, aunque

establecen una postura de defensa del término a manera de resistencia y, en ocasiones, de reconceptualización.

“Sí creo que más bien es el rollo de la gente, esa connotación negativa a la palabra o al término. Y piensan que la diferencia entre alguien que haga graffiti y alguien que haga arte urbano es como que ‘el arte urbano es bonito y el graffiti es feo’. Y creo que es--- realmente es un estado mental de la gente” [Spel].

Existe consciencia en los sujetos de este grupo respecto al origen social de la diversidad de definiciones creadas para nombrarles en su ejercicio interventivo urbano; saben, pues, que se trata de semantizaciones sociales construidas a partir de la valorización de la práctica de naturaleza transgresora como acción que irrumpe, y de la práctica que se realiza en marcos de legalidad como acción cosmética. Los términos alternativos para evitar hablar de un ‘graffiti’ buscan, desde la perspectiva de los entrevistados, la higienización de la práctica, esto frente a un desgaste de la palabra ‘graffiti’ como actividad de marcaje del espacio urbano que se ha estigmatizado y reducido a referir a un fenómeno de insurgencia juvenil que ensucia las ciudades y es, por lo tanto, de pandillaje.

“Como que de repente le tratan de poner ciertos nombres para que suene más limpio lo que es realmente el movimiento. El graffiti es ilegal y hasta el nombre del graffiti es –como ha pasado en otros movimientos– que el nombre no se lo viene dando el artista sino se lo viene dando un crítico de arte o una persona, un policía, el gobierno posiblemente, y le van dando ese nombre. En español decir ‘yo soy graffitero’, o sea, sí se oye feo. Si no te dicen *graffitero* te dicen *cholo*, cualquiera de las dos” [Shente].

Asimismo, en este grupo, aludir a un *graffiti* o autodefinirse *graffitero* es entendido como una cuestión evolutiva, es decir, haber iniciado en el ámbito clandestino con los riesgos que ello implica (e inscribirse posiblemente aún en ambas lógicas: la autorizada y la transgresora) significa asumir de igual manera una designación que ha de perdurar aun cuando las técnicas se



diversifiquen y la visibilidad incrementa, pues les hace merecedores de un capital simbólico que manifiesta el carácter temerario de su entrada al campo.

[2] los no-*graffiteros*, sí otras definiciones

Este segundo grupo se conforma por participantes del *street art* explicados como pretendientes desde la teoría de los campos: con una trayectoria menor a los 8 años, no pertenencia a *crews*, marcaje mayormente de manera autorizada, visibilidad social-institucional-mediática. A este grupo le causa conflicto el término *graffitero* o *graffiti* para referir a su trabajo de intervención urbana dada la connotación negativa atribuida al término y la asociación que hacen con su propia experiencia disputando el espacio (lo referido como *graffiti* alude, desde su defensa, a códigos distintos). Frente a ello, proponen designaciones más apegadas al campo del arte y al campo del diseño, lo que devela además los sentidos con los que asumen su participación: ‘pintor’, ‘ilustrador’, ‘muralista’, ‘neomuralista’, ‘artista’, ‘artista urbano’. Esto también se identifica cuando refieren a su práctica: ellos no hacen graffiti, ni rayan, ni plaquean; hacen muralismo, pintan, ilustran, intervienen.

“Yo lo veo más como pintora, ilustradora, y ya cuando quieren saber como más así, digo: pues muralista, hago murales en la calle” [Panca].

“Quiero siempre llamarlo ilustración experimental, porque es lo que ha sido para mí. Inicialmente han sido mis inquietudes con la ilustración y experimentar con los medios y las técnicas, tanto de terminar llegando al muralismo” [Once Cero Dos].

“Yo considero que mi proyecto es arte urbano social porque siempre busca--- nunca antepongo una idea con el lugar, el lugar siempre tiene ya su discurso. Yo lo hago con mi trabajo” [El Norteño].

“No tengo algún nombre. Pero realmente es intervención urbana... realmente es una tendencia que se está generando en todo el mundo. Es lo contemporáneo. Sí podría ser un neomuralismo” [Escudero].

Ante la disputa por el uso del espacio y las violencias experimentadas, además de los significados con los que intervienen las paredes, referirles como *graffiteros* lo encuentran ofensivo. Por lo anterior, los sujetos de este segundo grupo desarrollan una defensa de los sentidos de sus intervenciones urbanas que niega tal término como uno que aluda a su práctica. Paralelo a esto, muestran simpatía hacia las otras construcciones señaladas, así sean expresiones que migran de otros campos. Ello corresponde, justamente, a su participación en esos otros campos: su experiencia inicial en los ámbitos de la creatividad visual se ancla en el diseño y la publicidad, o bien, en las artes.

“Yo no tengo problema con decir que mi trabajo es artístico, que soy un artista o que soy un pintor. Tengo problema con que la gente de repente me diga que soy un vago, porque no soy vago, ¡no manches! Más vago es el que se la pasa todo el día acostado viendo la tele. Yo nunca hago eso, no tengo tiempo. Y luego me dicen vago, con eso sí estoy en desacuerdo. No soy graffitero para el contexto donde se mueve la palabra de ‘graffiti’, o sea: yo no soy graffitero, no me gusta que me digan graffitero, prefiero que me digan que soy pintor. Pero la gente que no sabe, que se refiere de un término o de otro, me dicen graffitero porque ocasionalmente ve que puedo usar un aerosol en mi dibujo, y está bien. No está mal que no sepan ellos” [El Norteño].

Pero no a todos los que pertenecen a este grupo les resulta ofensivo el término graffitero: hay a quienes solamente les parece inadecuado o poco preciso, porque no consideran que equivalga al sentido de sus intervenciones o a las técnicas empleadas. Con ello se deja ver que la designación ‘graffiti’ o ‘graffitero’, como se desarrolló en el capítulo teórico, carga un sentido específico que le circunscribe socialmente a una práctica de características concretas.

“Realmente el graffiti son gráficos, pero se inclina más al uso de la lata, entonces pues nada más la técnica varía. Yo porque uso acrílico pero los demás usan las latas. Pero vendrían siendo los mismos objetivos” [Escudero].

De esta enunciación también participan sujetos externos al campo aunque vinculados a éste por su patrocinio a las intervenciones o por su inscripción en esferas de hegemonía discursiva: las artes o, con valoraciones diversas, las autoridades de la administración pública. Para esto, se recurrió al director del festival Entijuanarte Julio Rodríguez, pues en la edición de 2010 este festival patrocinó una veintena de intervenciones urbanas de las cuales 17 fueron en formato mural<sup>29</sup>. La forma empleada para designar a las intervenciones elaboradas en esa ocasión fue ‘arte urbano’, sin importar que hayan presentado heterogeneidad de técnicas ni de sujetos (con experiencias muy distintas). Según su discurso como gestor cultural, la razón para llevar a cabo este proyecto fue, por un lado, proveer a la ciudad de una “galería urbana” y, por otro, contribuir a la reactivación de la zona Centro de Tijuana embelleciéndola, cubriendo con murales aquellos locales abandonados y “rayados” (entiéndase: graffiteados con aerosol sin consenso de los locatarios).

“Ya los últimos años pasabas por la avenida Revolución y veías muy triste esa calle, y sobre todo todos los comercios y las puertas esas de metal cerradas y graffiteadas, graffiteadas en el sentido de rayado, de rayas nada más” [Julio Rodríguez].

Así también, las instancias gubernamentales de las áreas de cultura promueven dentro de una lógica “antigraffiti” (concepto lo que ya denota al *graffiti* como algo que se debe abolir) actividades de “rehabilitación de espacios”, de *saneamiento* de lugares abandonados, donde el mural autorizado y no textual sino pictórico o iconográfico es denominado ‘arte urbano’ en los boletines oficiales, y sentenciado como “graffiti bonito” por quienes encabezan dichos programas.

*Tijuana B. C., a 20 de febrero de 2014.- Con el objetivo de impulsar la creación de mejores espacios de convivencia para la comunidad, el Ayuntamiento de Tijuana -mediante el Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC)-, inauguró este día el mural de arte urbano que se encuentra en la barda perimetral de la Casa de la Cultura y en la escalinata de la Rampa Altamira... el gobierno de la ciudad ha*

---

<sup>29</sup> Esto se desarrolla en el *Capítulo II: Antecedentes*, en el apartado *El contexto actual*.

*desarrollado actividades enfocadas a fomentar la rehabilitación de espacios públicos... el gobierno de la ciudad continuará abriendo zonas de uso común para la representación artística realizada por jóvenes, en un esfuerzo por lograr generaciones de tijuanaenses interesados en mejorar y cuidar su entorno*<sup>30</sup>.

A los realizadores de murales, así pertenezcan al perfil con una experiencia inicial en la práctica transgresora o al perfil con experiencia inicial en el diseño o la ilustración, se les legitima como artistas urbanos por las potestades discursivas institucionalizadas cuando participan de los programas que tales entidades impulsan. Este elemento abona a la disputa de enunciación entre los participantes del campo del *street art*, dado que estas designaciones son reproducidas mediáticamente así como el sentido de las intervenciones autorizadas frente a las clandestinas, siendo estas últimas presentadas como manifestaciones que dañan/ensucian las ciudades. Es decir: la legitimación (institucional) de *lo que es arte* favorece la disputa frente a *lo que no es arte*: arte urbano / artista urbano vs. graffiti / graffitero. Esto con una sanción valorativa en términos de bueno-malo. De ahí que en el primer grupo identificado en la disputa de enunciación (los *graffiteros* + otras autodefiniciones) se ubiquen algunos sujetos que frente a la noción estigmatizada planteen reconceptualizar “graffitero” para referir a aquel que –sin dejar de ser *graffitero*– puede tanto intervenir desde el ámbito autorizado como hacer de su práctica de intervención urbana una práctica transgresora.

[3] los únicamente *graffiteros*

De lo anterior se deriva otro frente de defensa enunciativa que puede ser considerado radical dado que recupera propiedades del sentido *old school* (o graffiti tradicional: *street art* en su sentido ortodoxo-primigenio): los únicamente *graffiteros*. Aquí se puede ver que existen participantes de este campo que desde su posición como hegemónicos buscan la conservación de los bienes del campo, entre ellos la designación a la práctica y a quien la ejerce con los términos “graffiti-graffitero”, el empleo de aerosol como técnica principal o incluso única, y el marcaje con estilo estético textual (letras); esto en vaivén con ambas condiciones jurídicas de la práctica:

---

<sup>30</sup> Comunicado de prensa del Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC), en Anexo 2.

legal o ilegal. A este grupo le incomoda las otras nociones, las que parecen perseguir la asepsia de la práctica interventiva. Niegan, de esta manera, formas enunciativas como ‘intervenciones urbanas’, ‘arte urbano’, ‘postgraffiti’, ‘neomuralismo’, aunque admiten algunas construcciones acaso por la condición fronteriza y la antigüedad de la expresión, como es el caso de ‘street art’. Quienes pertenecen a este grupo no ‘intervienen’, sino que ‘graffitean’, ‘rayan’, ‘plaquean’, así realicen piezas en paredes autorizadas y con el aval institucional.

“Yo siempre voy a ser graffitero” [Shekz].

Para ilustrar esto, aquí se presenta parte de la entrevista realizada a Shekz, la cual se dio posterior a la inauguración de una serie de intervenciones en la Casa de la Cultura; serie que encabezó junto con otros sujetos, debutando con ello (por así decirlo) en el ámbito de las intervenciones autorizadas vía institucional, tras invitación del Instituto Municipal de Arte y Cultura.

**Entrevistadora:** *¿Desde cuándo te dedicas a la intervención urbana?*

**Sujeto:** *¿Intervención?*

**Entrevistadora:** *Bueno, ¿a graffitear?*

**Sujeto:** *Empecé a graffitear desde el 98.*

**Entrevistadora:** *Cuando empezaste ¿lo hacías desde un ámbito clandestino?*

**Sujeto:** *Sí, ilegal.*

**Entrevistadora:** *Y ahora que ya estás haciendo este tipo de participaciones con instituciones ¿cómo es que diste este paso de lo ilegal a lo legal?*

**Sujeto:** *Se va dando solo. Es la evolución del graffitero porque algunos llegan al puro tag o bombas, y es la evolución dentro del graffiti. Pues yo estoy evolucionando hasta poder hacer cosas más creativas. Primero no quería entrarle a la institución pero entré porque vi que están apoyando más a lo urbano. Pero lo que yo no quiero que se pierda es el graffiti inicial, las letras y eso. Mis ideas aquí no se pudo. Pero no*

*nomás porque pongas las letras ya va a ser ilegal y se va a ver mal. Aquí no pudimos poner eso pero allá arriba sí pusimos.*

En el pasaje anterior se evidencia que el entrevistado se siente más cómodo con las nociones “graffitear” (sobre “intervención”) e “ilegal” (sobre “clandestino”); así como plantea una recuperación de la tendencia *old school*: “el graffiti inicial, las letras y eso”. Defiende la condición estética germinal del *street art*, refiriendo que lo textual no se debe asumir como necesariamente transgresor ni como entidad que irrumpe y deslucen el espacio. Establece, también, las reglas del juego: “es la evolución del graffitero”.

En este frente de disputa enunciativa, el uso del aerosol como técnica principal manifiesta la conservación de los bienes del campo, como se ha mencionado, esto es: para que una intervención sea *graffiti* debe elaborarse a base de spray; si no es así, cabe entonces referir a un “arte urbano”, aludiendo con esto a la heterogeneidad de técnicas, y a la vez de sentidos. En la defensa de la forma *graffiti* se enmarca también una obligatoriedad de trayectoria *en la calle*: haber empezado *desde abajo*, es decir, en la lógica clandestina, asumiendo riesgos, y –a partir de ello– escalando peldaños en el campo en función a las reglas del juego para obtener capital simbólico.

“El graffiti pues no sé cómo nació, pero en el graffiti tienes que haber empezado desde abajo, ilegal, rayando ya sea una *calafia*<sup>31</sup> o lo que sea. Seguir los pasos. La idea es darse a conocer. Ya la idea de ‘arte urbano’ pues no sé, se mezclan graffiti con otras técnicas” [Shekz].

Las disputas enunciativas presentan una relación directa con las disputas de sentido: lo que está en juego es la significación de las palabras en función a la significación de la práctica.

---

<sup>31</sup> *Calafia* es una forma coloquial tijuanaense para aludir a las unidades de transporte público estilo microbús, pues así se llamó la primera compañía concesionada con ese tipo de unidades (cuestión de usos y costumbres). La empresa ahora se llama *Calfia* (sin la segunda letra A), pero para referirle perduró el nombre original que, cabe agregar, hace alusión a la reina Calafia (leyenda sobre el origen de las Californias).

### C. Disputas entre dos tipos de actores

La tercera disputa identificada en los participantes del *street art* es tal vez una que puede parecer obvia por histórica: se trata de disputas por el uso del espacio frente a las autoridades, es decir, disputas entre dos tipos de actores (los que realizan murales y la administración pública). Sin embargo, ha interesado destacarla en este estudio dada la particularidad del acoso de las policías y funcionarios hacia quienes intervienen la ciudad con murales bajo un esquema de legalidad. En otras palabras: que haya sujetos que intervengan el espacio de manera autorizada no exime la criminalización de la práctica o, al menos, la suspicacia y consecuente sanción de que se trata de irrupciones espaciales de carácter ilegal.

En la disputa de enunciación se anticipa la dimensión discursiva a cargo de quienes administran la ciudad: se legitima socialmente la connotación negativa del término “graffiti” cuando los ayuntamientos (a través de las secretarías de seguridad pública) impulsan programas de Prevención del delito que incluyen ejes denominados “antigrffiti”. Con el aval de las autoridades (es decir: de un discurso emitido desde una posición de poder), la lógica *antigrffiti* actúa bajo una perspectiva estigmatizada y estigmatizante: toda intervención al espacio urbano es, en esencia, un delito. Esto sin considerar el estatus jurídico a partir del cual se interviene, ni los posibles componentes artísticos de las intervenciones: pueden ser letras (que es el estilo más perseguido) o pueden ser imágenes pictóricas. Indistintamente, la posibilidad de ser cuestionado e incluso detenido por la policía es latente en el campo del *street art*. De esta tercera disputa participa todo aquel que interviene el espacio urbano, sean hegemónicos o pretendientes, hayan sido clandestinos o siempre visibles, empleen cualquier tipo de técnica.

Los participantes del campo identifican una contradicción en el discurso de las autoridades: por un lado, las dependencias educativas y culturales organizan festivales urbanos donde promueven la realización de murales en las paredes de múltiples colonias de la ciudad, pero por otro, se criminaliza la práctica acosando a todo aquel que se apropia del espacio gráficamente.

“Ahora, por ejemplo, muchos de los proyectos de prevención del delito, de violencia, todo este rollo de comunidades marginadas, viene con la

cuestión de rescatar esos espacios deteriorados, todo a través de los murales, a través del graffiti. Tiene como esa doble cara de que es perseguido por un lado, pero es apoyado por otro lado. ‘Vamos a hacer un mural aquí para que la gente se sienta más segura, que viva más tranquila’, pero están usando graffiti. Entonces es como ‘acá me dices que es malo, pero acá dices que es bueno porque la gente vive más a gusto o se siente más feliz’, no sé. Es como esa contradicción de una forma chistosa. A nosotros nos favorece, no tengo ningún problema con ello, pero es una forma como irónica, de repente” [Spel].

La disputa se origina en una lucha de poder en un marco autoritario respecto a quién le pertenece la ciudad, pero se ancla en una idea que no corresponde al sentido que los productores de murales contemporáneos otorgan a sus intervenciones: mientras los realizadores de murales atribuyen a sus piezas significados muy diversos (desde sensibilización a las artes hasta conciencia social), el discurso de las policías sentencia que todo el que interviene la ciudad es graffitero, ergo es delincuente. Se trata, pues, de la visión estigmatizada y estigmatizante al *street art*.

“Otra barrera es que como usamos aerosol dicen ‘se drogan con el aerosol’ blablablá... Y es un discurso muy viejo, muy *choteado* pero que todavía mucha gente lo aplica: ‘Ustedes son graffiteros, ustedes motivan a los demás morros a que sigan graffiteando, y luego del graffiti los morros se drogan porque empiezan’. Es la filosofía del antigraffiti: que las drogas y el crimen existen porque los morros empiezan usando el aerosol para rayar y de ahí se vuelven adictos al aerosol y de ahí evoluciona a otra droga más pesada: al cristal, a la heroína... y como no trabajan tienen la necesidad de seguir robando, robar para seguir el vicio” [Libre].

Contar con autorización para intervenir el espacio no elude el acoso policial en ninguna circunstancia: no importa si la intervención se realiza a petición de particulares (propietarios de establecimientos comerciales o de viviendas), ni si se cuenta con los permisos de las instancias gubernamentales (para el caso de las piezas realizadas en puentes, por ejemplo). Quien interviene



ha de disputarse el uso del espacio frente a otra figura de fuerte presencia urbana, en situación de empoderamiento: los elementos de la policía municipal.

“En ese mural de la Libre<sup>32</sup> llegó la policía dos veces y nos querían arrestar, porque ven a dos chavos con tatuajes y rasurados acá y te ven y dicen ‘a ver, a ver, a ver, ¿qué haces ahí con latas en la mano?’. Cuando llegaron a esa casa yo estaba en los hombros de un amigo que se ve bien malandro pero no es, y estábamos rayando, y llegan y dicen ‘a ver: ¡bájense!’”, y yo ‘neh, esto es propiedad privada’...” [Panca].

“¿Sabes con quién batallamos? Con los antigrafiti también, nos llevaron los antigrafiti. Porque no les habíamos pedido permiso a ellos, aunque traíamos cartas y permisos del dueño y del Gobierno del Estado; muy arbitrariamente Pastor Marín Villaseñor nos llevó al bote, y después me dijo que fue por eso: que no le pedimos permiso. Se llevó al Shente, a mí, y a dos compas que estaban viendo nada más” [Libre].

Las autoridades, como poseen los medios de producción discursiva desde su posición de poder, legitiman el sentido negativo de la práctica usando a la prensa como un aparato que reproduce tal noción. Y lo hace de manera directa: sancionando la práctica aún en su dimensión autorizada. Pastor Marín Villaseñor, mencionado en el pasaje anterior, fue jefe de la Unidad Antigrafiti de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal durante el 2009, año posterior al periodo en que Tijuana registró el más elevado índice de violencia criminal de la década. Con ese discurso (el de evitar la apología del delito en un contexto de criminalidad), encabezó una campaña en contra de la práctica buscando persuadir a la población para que evitara autorizar la realización de murales en sus paredes, bajo una lógica: toda intervención es delictiva.

Sin respaldar la aseveración, una nota de la prensa publicada el 12 de octubre de 2009 en el diario local *El Sol de Tijuana* reproduce declaraciones del funcionario donde advierte que “El 90 por ciento de los grafitis que se plasman en las calles de la ciudad traen un mensaje delictivo oculto”, un cálculo sin fundamentos, al menos en la publicación de la prensa. Lo que destaca de

---

<sup>32</sup> La “Libre” refiere a la carretera libre entre Tijuana y Playas de Rosarito.

este enfoque, es que las autoridades hacen partícipes a los propietarios de las viviendas y comercios del supuesto delito: la realización de intervenciones que ocultan códigos de crimen. De ahí que se exhorte a negar permisos. En esta perspectiva, la sanción es hacia toda intervención en paredes con énfasis hacia la estética textual. Aquí un fragmento de la nota que recupera declaraciones del funcionario:

*Las personas que otorgan permiso para que sus bardas sean utilizadas como lienzo y en ellas se plasmen grafitis, bloquean la acción de la Unidad Antigrafiti de la SSPM<sup>33</sup>, recalcó Marín Villaseñor [...]. “Como mencioné, un 90 por ciento de los grafitis que contienen letras, tienen un mensaje oculto de alguna actividad a la que se invita, ya sea a robar, vender droga, asaltar o golpear a alguien”, destacó<sup>34</sup>.*

En esta tercera disputa, la visión que criminaliza la práctica cuenta con canales para hacer llegar su postura, pero esto también esconde intereses más allá del enunciado respecto al delito: existen intereses de tipo presupuestal. Sin embargo, para quienes intervienen el espacio urbano (de manera permisiva o clandestina) las autoridades tienen perdida la lucha, pues las acciones antigraffiti son ineficaces: si los gobiernos invierten en *borrar* el graffiti simplemente están brindando nuevos lienzos a quienes marcan la ciudad.

“Me acuerdo que *el antigraffiti* estaba bien orgulloso esa vez que nos llevó, lo vi en otra ocasión [...], se quiso poner a platicar conmigo y me dice bien orgulloso ‘Tijuana va a ser la ciudad más pintada y que más elimine graffiti del mundo: el ayuntamiento nos dio 15 millones de pesos para borrar todo el graffiti’. Me dijo así. Y yo me quedé ¡no manches! ¿15 millones de pesos? Con 15 millones de pesos haces muchísimos programas para educar a la gente y pintar y hacer murales. Se vería preciosa la ciudad si le metes 15 millones de pesos en eso en vez de borrarla. Y los morros ¿sabes qué hacen cuando ven un muro todo graffiteado que lo vuelven a pintar? Se emocionan, porque dicen ‘no mames, wey, yo quería pintar ahí y no podía porque estaba bien

---

<sup>33</sup> Secretaría de Seguridad Pública Municipal.

<sup>34</sup> Nota para su consulta en línea: <http://www.oem.com.mx/elsoldetijuana/notas/n1359480.htm>

atascado’, y se emocionan porque ya es más pizarrón, pizarrón nuevo”  
[Libre].

Referir a un acoso por parte de las autoridades hacia la práctica interventiva incluso en su condición jurídica legal, no se construye en este estudio únicamente a partir del testimonio de los participantes del *street art*, sino que también dan cuenta de ello gestores culturales cuya presencia en la comunidad es reconocida. En esta investigación se ha mencionado a Julio Rodríguez, director del festival Entijuanarte, como un impulsor de la realización de murales callejeros de manera autorizada. Así Rodríguez, al narrar las gestiones para intervenir los locales de la zona Centro que participaron en el proyecto ‘Tijuana Revoluciona’ en 2010<sup>35</sup>, señala que la organización se vio en la necesidad de notificar a “los encargados de la policía de esa zona” para evitar fueran detenidos. Otra estrategia fue elaborar credenciales para quienes participaron en la serie de piezas.

“Tuvimos que hablar con los encargados de la policía de esa zona, porque de repente los chavos, los artistas que estaban trabajando pues tienen facha de todo, y tienen facha de los que corretean de repente en las noches, entonces había que hacerles ver que estábamos trabajando, y como de repente trabajábamos en la noche... también que no nos los detuvieran” [Julio Rodríguez].

La disputa por el uso del espacio frente a las autoridades revela dos sentidos del *street art* expresados en dos discursos: el que reivindica la práctica y a su vez el espacio (con el discurso de la “rehabilitación”); y el que perpetúa la criminalización. Pese a que esta disputa incluye a todos los participantes del *street art*, al margen de su posición en el campo, no es un elemento unificador. Cada productor de murales establece sus propias estrategias: emplean chalecos con el logo del ayuntamiento, pintan solamente de día, dialogan con los policías de forma “amable”, llevan consigo los documentos de autorización.

---

<sup>35</sup> Esto se desarrolla en el *Capítulo II: Antecedentes: un recorrido histórico-global hasta llegar a Tijuana*, en el apartado 2.5 *El contexto actual*.

#### D. Disputas de significación y resignificación

Si bien todas las disputas (el uso del espacio, la enunciación) se enmarcan dentro de una disputa de sentido, se ha categorizado como una cuarta disputa a la significación y resignificación de la práctica para referir concretamente a la dimensión social. Esto surge a partir de identificar ciertas tensiones entre realizadores de murales y sujetos externos al campo del *street art* que valoran a la práctica interventiva y al empleo de la técnica del aerosol como acciones negativas. La disputa de significación es, pues, frente a la connotación social negativa.

La producción y reproducción del discurso estigmatizante a cargo de entidades empoderadas participa de esta disputa al legitimar la connotación negativa y contar con los medios para difundir su mensaje. Y es frente a tal noción que los productores de murales otorgan significados que reivindican la práctica. La connotación negativa estereotipa y generaliza tanto a las intervenciones como a quienes las realizan.

“Me encuentro con gente ignorante y de mente muy cerrada que piensa eso y les digo que no. Yo creo que menos de la mitad... no creo que ni una cuarta parte de los graffiteros se drogan. A los que yo he conocido muy pocos. Es una asociación muy errónea. Pero al antigraffiti le conviene decir eso para que le suelten recursos” [Libre].

Los participantes del campo no ignoran haya usos del espacio intervenido con intenciones de marcaje barrial o de pandillaje, y es desde esa perspectiva que construyen un significado nuevo que reivindica los sentidos de sus intervenciones, resignifican. En la Disputa de enunciación se puede ver cómo los pretendientes establecen una distancia con los hegemónicos al negar se les nombre *graffiteros*, justamente por la estereotipada asociación que hay del término con aspectos delictivos. También se ve que los hegemónicos que intervienen el espacio bajo un esquema de autorización buscan reconceptualizar lo entendido como “graffiti”, distanciándose a su vez del sentido cholo-marginal.

“Creo que mucha gente la mayoría de las veces que piensan en uno como graffitero, piensan que uno es de lo peor, que eres un malandro, y que no terminaste la primaria, cosas de ese tipo, y piensan que eres de las personas marginadas y no sabes ni leer. Y no es nada de eso, al contrario, creo que las personas que estamos haciendo este tipo de trabajo somos personas que estamos haciéndolo porque tenemos un conocimiento de causa, y sabemos por qué hacemos lo que hacemos y para qué lo hacemos” [Spel].

Los significados, sentidos y valores que los participantes del *street art* en Tijuana otorgan a su ejercicio de intervención urbana es desarrollado en el Capítulo IV: ‘El *street art* en Tijuana: sentidos y significados’, pero aquí interesa analizar la disputa de significación que entablan contra la visión estigmatizada, de donde se pueden distinguir varios elementos:

- Estigma hacia la práctica: las intervenciones son todas de carácter delictivo, ocultan códigos criminales.
- Estigma hacia la técnica: el empleo de aerosol no es artístico, es vandálico.
- Estigma hacia los sujetos: quienes intervienen son jóvenes sin estudios, de identidad chola y de consumos culturales de naturaleza marginal.

Estos estigmas, masificados vía mediática, perjudican la negociación por el espacio cuando los realizadores de murales solicitan las paredes o piden apoyos. Aquí un pasaje que ilustra el demérito a la técnica del aerosol:

“A mí me ha tocado que pido una beca, aquí en Tijuana no, pero en el FONCA<sup>36</sup> o en otro lugar, y yo pongo que me voy a aventar un mural digamos éste, éste tiene como 400 metros cuadrados. Y digo: me lo voy a aventar en 3 semanas. Ve el jurado la propuesta y dice ‘no mames’. Y son pintores, y es gente que hace supuestamente lo que tú haces, pero es gente que tardaría un año en hacerlo porque lo hace con pincel y eso. En aerosol es mucho más rápido. Y dicen ‘no le vamos a dar la beca a él

---

<sup>36</sup> Fondo Nacional para la Cultura y las Artes

porque si yo tardo un año...’, o sea, toman las cosas de acuerdo a su experiencia personal y eso a veces es una barrera: ‘Si yo tardo un año ¿cómo lo va a hacer un morro un muro de esa dimensión?, que no chingue, va a quedar mal con el proyecto, no hay que dárselo’...” [Libre].

Respecto a la estigmatización de los sujetos, los medios de comunicación masiva y la publicidad han jugado un rol importante como legitimadores del estigma respecto a la estética y los consumos culturales: prevalece la asociación del *street art* con el hip-hop<sup>37</sup>, por ejemplo. Aquí un pasaje que ilustra cómo es percibido este estereotipo en los participantes del campo que disputan los significados de su práctica:

“Hay muchos estereotipos: de entrada piensan que porque eres graffitero o porque haces graffiti o pintas con aerosol... piensan que te vas a vestir todo aguado o vas a andar así como en la moda del hip-hop, que es una idea comercial, totalmente que te venden; que vas a escuchar puro rap o reggaetón, no sé. Digo, de entrada a mí sí me gusta el rap, no tengo nada en contra de él, pero no es como que si hago graffiti es como que escucho puro rap. Mi forma de vestir... me visto como realmente me siento cómodo, no como el estereotipo marca” [Spel].

La disputa de significación y resignificación frente a la noción estigmatizada da cuenta de una lucha por los sentidos de la práctica, donde los sujetos que intervienen el espacio bajo autorización buscan separarse del sentido tradicional u original del graffiti, entendido como acción que transgrede y marca de manera impositiva. Ello a pesar de que algunos de los sujetos intervengan el espacio urbano en ambas posibilidades jurídicas (legal e ilegalmente).

Podemos cerrar este capítulo con las siguientes reflexiones: El *street art* de Tijuana se puede estudiar como campo pues a partir de lo analizado es posible entenderle, en términos de Bourdieu, como un sistema estructurado de posiciones y disposiciones, sistema que cuenta con

---

<sup>37</sup> Esto se desarrolla en el *Capítulo II: Antecedentes: un recorrido histórico-global hasta llegar a Tijuana*, en el apartado 2.3 *El doble origen del graffiti y su entendido como street art*.

reglas, objetos en juego y con participantes dispuestos a jugarlo. Aunque en el *street art* existan participantes que privilegian las intervenciones en marcos de legalidad, las experiencias diferenciadas los ubican en posiciones distintas y ello les hace participar de este campo disputando los sentidos de la práctica, las estrategias de negociación por el espacio frente a la autoridad, la enunciación y la significación ante connotaciones estereotipadas. Si bien existen disputas no entre quienes hacen *street art* sino hacia otros discursos (como la Disputa entre dos tipos de actores: los productores de murales y la administración pública), los realizadores de murales asumen su ejercicio interventivo sin un sentido de comunidad entre ellos, es decir, no se ven como parte de un movimiento pese a que coincidan en tiempo-espacio, o pese a que haya visiones que les agrupen, ya sea para estigmatizar o romantizar su práctica.

Tras el análisis, se podría hablar de una *Participación simbólica* construida a partir de una *Participación experiencial*, donde existen posturas y defensas no visibles en términos materiales pero que subyacen el campo del *street art* a partir de los contextos donde se inicia y se desarrolla la práctica. Así, el campo se conforma por participantes hegemónicos y pretendientes, donde los hegemónicos son quienes tienen más antigüedad, han acumulado capital simbólico y procuran la conservación de los bienes del campo aunque pueden quebrantar las reglas frente al *street art* más tradicional, al inscribirse en marcos de legalidad. En tanto los pretendientes no son solo quienes tienen menos tiempo en el campo sino quienes además rompen las reglas del juego de manera más frecuente o visible; eso en el ámbito autorizado, pues asimismo se pueden identificar otros pretendientes que buscan exentar su cuota de ingreso al campo al imitar el *habitus* dominante<sup>38</sup>, al hacer de su práctica un marcaje de corte territorial y transgresor.

El campo del *street art* en Tijuana, si bien mantiene como *enjeux* la simbolización de la ciudad mediante marcas visibles de múltiples mensajes, cuenta con otros asuntos en disputa tales como la enunciación y la significación la práctica, disputas que se entablan tanto hacia el interior como al exterior del campo. De manera que este campo en Tijuana se conforma por dos lógicas que parecen encontradas, lo que deviene en una participación del *street art* en un marco de alianzas (cuando se pertenece a la misma posición) y tensiones (cuando se ubican en posiciones

---

<sup>38</sup> Esto se desarrolla en el apartado 5.3 *Habitus dominante* del Capítulo V: *El street art en Tijuana: dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego*.

diferentes) hacia el interior del campo, y de negociaciones hacia el exterior de éste. El resultado es una configuración dinámica del paisaje urbano, entendido como un paisaje cultural (es decir: paisaje construido por procesos históricos, sociales, culturales, económicos, políticos concretos [Nogué, 2007: 27; Contreras, 2006: 172]); configuración que sincrónicamente oculta y revela relaciones sociales y prácticas ideológicas, una dialéctica expresada en el mural callejero como producto material significado, emanado de estructuras simbólicas. Justamente para comprender la significación otorgada al mural callejero, en el siguiente capítulo se desarrolla el segundo objetivo específico donde nos aproximamos a los sentidos de la intervención pictórica del espacio urbano desde quienes producen murales.



## CAPÍTULO IV: El *street art* en Tijuana: sentidos y significados

Establecido que la participación en el campo del *street art* parte de experiencias diferenciadas en función de elementos concretos en los sujetos tales como su entrada al campo, y que de ello se distinguen disputas de diversa naturaleza; es posible inferir que las formas de participación están relacionadas con los sentidos y significados atribuidos a la práctica. Es así que el segundo de los objetivos específicos de esta tesis es: *Identificar los significados del street art para quienes intervienen el espacio urbano con murales*. El interés de este objetivo es comprender en qué lógicas se enmarca la producción de murales autorizados y evitar así interpretaciones del fenómeno que agrupe a los participantes como resultado de un mismo movimiento, o impulsados por los mismos fines. Lo que se busca es diferenciar la práctica contemporánea en su ámbito legal de explicaciones acaso anacrónicas y estigmatizantes, como las que aducen al realizador de tales intervenciones urbanas atributos invariablemente transgresores o subversivos; o bien, explicaciones que romantizan el trabajo pictórico urbano como uno que persigue en todo momento fines de saneamiento social.

Para desarrollar este objetivo, se tomaron dos códigos pertenecientes a la familia *Práctica simbólica*:

<b>Familia</b>	<b>Códigos empleados</b>
Práctica simbólica	Propuesta estético-conceptual Significados a la práctica

Cabe empezar este apartado apuntando hacia un aspecto relevante obtenido del proceso de sistematización y codificación de las entrevistas: los sentidos y significados atribuidos al *street art* no son clasificables en términos de hegemónicos y pretendientes. Es así que los elementos experienciales y simbólicos diferenciadores identificados en quienes participan en el campo del *street art* y que repercuten en sus formas de participación no determinan de manera absoluta los significados que dan a su ejercicio interventivo. Si bien existen ciertas regularidades (como un sentido *educativo* hacia las nuevas generaciones de graffiteros que otorgan los de mayor

antigüedad en el campo), esto no se encuentra como una constante en quienes se ubican dentro de una posición hegemónica o pretendiente. Existe –pues– en el espacio urbano intervenido polifonía, como polisemias en las piezas.

En los sujetos de estudio, se destaca de principio la presencia del receptor de los murales como una figura a partir de la cual quienes intervienen las paredes conciben su práctica. Una de las regularidades encontradas es que los creadores de murales callejeros articulan dicho lenguaje visual-urbano con propiedades de inclusión y gratuidad. De ahí que, indistintamente su posición en el campo, refieran a “la comunidad”, “el entorno”, “la gente”, “los *morros*<sup>39</sup>”, “las personas” o “el público”. Los autores, de esta manera, advierten una interacción permanente.

Las intervenciones en el espacio urbano son entendidas, por quienes las realizan, como presencias que dialogan tanto con la ciudad como con quienes la habitan, la recorren, la viven en lo cotidiano. Así, frente a este receptor a veces sin rostro y a veces acompañante durante el proceso de elaboración de las piezas, los participantes del campo otorgan significados diversos tanto al mural como a su ejercicio de intervención del espacio. Estos significados se pueden dividir en varios tipos:

- Educativo
  - Político
  - Económico
  - Comunitario
  - Lúdico
  - Artístico
- {  
Vertiente sensibilizatoria  
  
Vertiente reivindicativa

Se han distinguido los tipos de significados referidos a partir de las entrevistas realizadas a los productores de murales, pero es preciso anotar antes de la descripción de dichos significados que un mismo realizador de intervenciones puede dotar de varios significados tanto a su práctica

---

<sup>39</sup> ‘Morros’ es un coloquialismo que alude a los y las jóvenes. Equivale al sentido de expresiones como “chavos”.

como a la pieza creada. En otras palabras: los murales son polisémicos para quienes los producen, pese a que coloquen la centralidad en un tipo de significado. Es así que una intervención se encuentra cargada de varios significados para su autor, pudieron ser al mismo tiempo de tipo Económico que Comunitario o Lúdico. En casi todos los casos prevalecen significaciones de tipo Educativo y Artístico.

Cada tipo de significado se acompaña por imágenes de murales que ilustran lo desarrollado en ese apartado, pero no se busca aquí cerrar el significado del mural presentado al tipo que se encuentra ejemplificando; sino solo vincular la producción al participante del *street art* de quien se toma el pasaje explicativo.

#### **4.1 Significado de tipo Educativo: vertiente sensibilizatoria**

Bajo la premisa de que el arte es un derecho y que el arte es para todos, la mayoría de los sujetos que participan del *street art*, sin distinciones por trayectorias, conciben a sus intervenciones como entidades que poseen atributos artísticos que, por ende, poseen además un potencial educativo-transformador de sensibilidades.

En este sentido, es el mural callejero una aportación al entorno que invita a conectar sensibilidades de manera inclusiva, esto para hacerle frente al elitismo de las esferas artísticas y a la poca o nula voluntad de las masas para consumir arte: “si la gente no va a los museos pues hay que llevarle el museo a la gente” [Libre]. De esta forma, al mural callejero (particularmente en zonas marginadas) se le significa como una necesidad social, necesidad que parte de la idea de que a la población se le niega el derecho al arte y por ello ésta no lo exige: no está educada en la apreciación artística, en el consumo cultural. El mural callejero es, bajo esta perspectiva, una herramienta contraclasista.

“Los últimos murales sí he querido que sean en zonas donde no hay murales, porque sí está muy centralizado la zona de los murales. Todo mundo quiere pintar en el Centro donde mil personas lo vean al minuto. Entonces yo creo que no, que hay que llevar los murales donde hacen

falta, colonias que la gente no va tanto... O no ve a las entidades artísticas como tan importantes” [Libre].

Figura 7. Mural de tipo Educativo vertiente sensibilizatoria



Figura 8. Mural de tipo Educativo vertiente sensibilizatoria



Autor del mural: Libre / Colectivo HEM  
Colonia El Pípila  
Figura 7: Mural terminado / Fuente: Facebook Global Street Art  
Figura 8: Mural en proceso / Fotografía: Melina Amao  
2013

En este tipo de significado atribuido al mural callejero se entrevé un sentido de emancipación, es decir, los realizadores de murales son asimismo parte de la comunidad donde realizan sus intervenciones, de manera que intervienen el espacio tras identificar un abandono por parte de las

entidades culturales (las dependencias de gobierno). Hacen frente a los vacíos de las políticas públicas de enfoque cultural sin necesariamente asumir una postura mártir, egoísta o protagónica.

#### **4.2 Significado de tipo Educativo: vertiente reivindicativa**

El mural callejero es también un testimonio de reivindicación de la práctica cuando se elabora en marcos de legalidad, especialmente si su autor cuenta con la experiencia del ámbito clandestino. Existen sujetos que participan del *street art* contemporáneo con la intención de fungir como ejemplo hacia quienes –como ellos en sus inicios– se inscriben en el marcaje de la ciudad dentro de la lógica ilegal. Dada su experiencia, consideran innecesario que los nuevos participantes del campo padezcan los acosos policiales y la estigmatización social cuando de principio pueden hacer de su práctica un ejercicio artístico en diálogo con la comunidad, sin dañarla.

“Los jóvenes se pueden guiar, porque ven posiblemente que tú ya eres más grande y estás pintando de una manera legal y ellos lo hacen de una manera ilegal, y los vas a guiar. Eso es parte de nuestro acercamiento al muro, ellos pueden ver que no estamos a favor de que los agarren ni nada de eso, la idea es pintar algo agradable y liberarte, no puedes nada más ir a pintar y estar ahí sometido” [Shente].

A este significado otorgado al mural callejero se suma una consciencia del yo en el espacio de manera personalizada, esto es: quienes asumen esta función reivindicativa de la práctica cuando se ha contado con la experiencia de la clandestinidad, se posicionan como agentes reconocidos en el campo del *street art* capaces de influir en los otros, los de nuevo ingreso. Además de asumir un sentido de responsabilidad, ven en su práctica autorizada componentes artísticos que corresponden a una evolución dentro del campo. La lógica que opera es: No todo es *taggear*<sup>40</sup>, hay que perfeccionar las técnicas y las formas de relacionarse con el espacio.

“Lo que pasa es que como todo va evolucionando y las nuevas generaciones también están interesados en lo que ha hecho la primera generación o la segunda o la tercera o lo que sea, entonces a mí sí me

---

<sup>40</sup> *Taggear* refiere al *tag* o la firma. Tiene como equivalentes *graffitear*, *rayar* y *plaquear*.

gustaría dejar como un legado de ‘sí trascendió de ilegal a ser muralista, a poder pintar con el aerosol para seguir este movimiento’, dejar ese sello” [Kafy].

Figura 9. Mural de tipo Educativo vertiente reivindicativa



Autor del mural: Colectivo HEM  
Colonia El Soler  
Fotografía: Melina Amao  
2013

Aquí el sentido educativo está focalizado hacia los mismos participantes del campo del *street art* pero con menor trayectoria, así como hacia aquellos que tienen la inquietud de iniciarse en las intervenciones urbanas en condiciones de marginalidad. Quienes significan al mural autorizado de dicha manera pertenecen a la experiencia de los hegemónicos, pero no conclusivamente: no todos los hegemónicos atribuyen este mismo significado.

#### 4.3 Significado de tipo Político

Si bien toda marca en el espacio puede ser considerada una acción con connotaciones políticas a manera de autodibujamiento en el espacio social, existen participantes del *street art* que persiguen con sus murales fines de tipo crítico o de reflexividad a partir de las cualidades iconográficas en ellos plasmados. En ocasiones sus piezas son codificaciones de sencilla

interpretación al incorporar elementos de la cultura pop, o bien, pueden ser construcciones cargadas de simbolismos y representaciones del contexto social reinterpretadas por el autor de las piezas.

“Muchos de mis monos tienen como cosas bien raras, es como una crítica social de alguna manera. Son críticas sociales pero sin decirlo [...]. Yo digo que es como ilustraciones, tienen muchas cosas como existenciales: tiene existencial, sexual, animal, bestia y cosas combinadas de casi todos los días. Tiene mucho que ver con la experiencia de la gente que veo, mucho carácter [...]. Dibujo cosas que parecen como falos y me dicen ‘ay, te encanta’, y no, no me encanta: estoy haciendo una crítica de que todo es sexual, todo es falos, todo es vaginal, todo, todo, todo” [Panca].

Desde este enfoque, el mural callejero es un evento discursivo situado en el espacio urbano con capacidad dialógica hacia los receptores de las piezas. Es, a la vez, una postura del autor, un manifiesto. Con dicha significación, existen intenciones de visibilizar realidades, fenómenos o condiciones sociales que surgen en lo cotidiano; se busca ampliar los criterios tanto estéticos como discursivos.

“Quiero hablar de esto pero no quiero poner al migrante marginado o al muro, ese tipo de clichés no quiero utilizarlos; quiero hablar de Tijuana pero muy a mi manera. Entonces decido trabajar en el concepto de las sirenas, que para mí Tijuana es una sirena por la cuestión mitológica de que las sirenas cantaban a los marineros para traerlos a su perdición, con esta promesa a lo mejor de algo bello, pero realmente llegaban y encontraban la muerte. Eso es en unos casos. Pero también, en otros casos Tijuana les trae algo hermoso. También está la cuestión de lo híbrido de la sirena que es mitad femenino y mitad pez: esa calidez de como de madre, de mujer, pero también esa frialdad del pez que la ciudad tiene, como esa cualidad; ser muy cálida para dar bienvenidas pero también de ser muy fría; y eso lo puedes ver en infinidad de situaciones. Ahora también, el canto de la sirenas, tomándolo desde un

aspecto más metafórico a lo mejor, tienes que en Tijuana... yo creo que no hay día que no escuche una sirena de patrulla, de ambulancia [Spel]”.

Este tipo de significado se ha denominado Político por emerger de una intención de crítica social de su autor en busca de provocar una reflexión en aquel que aprecie lo creado, mas no porque se trate de piezas que exhiban consignas de resistencia o disidencia ni plasmen caracterizaciones de figuras en el poder, necesariamente. Muchas veces este sentido se “oculta” en abstracciones y metáforas visuales, en interpretaciones que hace el productor del mural con previo trabajo de indagación sobre el tema representado. Aunque también pueden ser expresiones pictóricas con acompañamientos textuales aludiendo a la corrupción, la opresión, la desigualdad, la violencia o la censura.

Figura 10. Mural de tipo Político



Autor del mural: Spel  
Carretera libre Tijuana-Playas de Rosarito  
Fuente: Spel  
2014

Ante la capacidad que brinda el espacio urbano para interactuar autor y espectador durante la elaboración de un mural, este significado se hace explícito en el discurso de quien interviene las

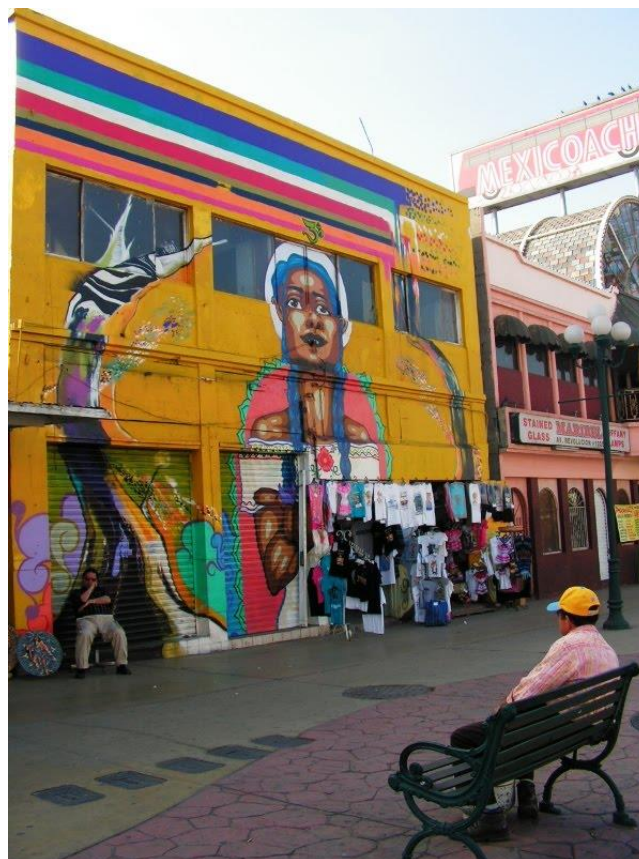


paredes. Es decir, resalta una argumentación más compleja respecto al sentido de corte político-social en quienes otorgan a sus murales este significado, debido a que la significación se construye asimismo a partir de un interés crítico, reflexivo y analítico del entorno social y cultural.

#### 4.4 Significado de tipo Económico

El significado de tipo Económico tiene dos posibilidades: hacia el espacio y hacia los sujetos que intervienen. De la primera posibilidad tenemos que: al haber participantes del *street art* que se suman a convocatorias o invitaciones bajo una lógica de rehabilitación de espacios y construcción de ambientes seguros, participan asimismo de un sentido Económico atribuido al mural callejero dado que tales convocatorias buscan contribuir o detonar afluencia hacia los espacios intervenidos. Cuando las intervenciones se llevan a cabo en establecimientos comerciales es aún más evidente la dimensión económica, pues el *embellecimiento* de las zonas les proporciona cierta plusvalía.

Figura 11. Mural de tipo Económico



Autor: Colectivo HEM  
Avenida Revolución  
Fotografía: Melina Amao  
2010

Este significado no se lo otorgan de manera directa los productores de murales, o al menos no lo expresan en su discurso, sino que quienes les convocan a participar en las intervenciones desde una plataforma institucional plantean dichos programas a partir de un enfoque de activación o reactivación de la zona. Aquí un pasaje de la entrevista realizada a Julio Rodríguez, director del Festival Entijuanarte:

“Un día entre las actividades empezamos a planear una actividad de arte urbano, entonces pensamos en la avenida Revolución y empezamos a pensar en que esto no lo íbamos a hacer sin una secuencia o una planeación, entonces empezamos primero que nada a hacer un *scouting* entre las calles que podíamos activar, después empezamos a buscar a las personas que podían ser aliados”.

El significado de tipo Económico también se percibe desde otra perspectiva, como se mencionó, que es la valorización monetaria de las intervenciones realizadas. Los autores de murales, si bien realizan piezas de manera autofinanciada, establecen su ejercicio interventivo como un trabajo que ha de ser reconocido como tal y, por ende, remunerado. La condición jurídica legal les hace tener esto aún más presente, buscando con la cotización de su labor una forma no solo de solventar la práctica sino de dignificarla en marcos de producción artística.

“Una vez un señor llegó y me dijo ‘oye ¿sí sabes que puedes dar clases de ese tipo de cosas?’ y le dije que a mí no me interesa dar clases. Yo me acuerdo que le dije en ese momento que yo nunca iba a cobrar por mi trabajo, pero eso fue hace más de diez años y ya estaba pintando, legal. Entonces recuerdo eso y ya pensando hacia atrás te das cuenta que pues no, estaba mal, estaba mal. Porque en algún momento cuando llegara esto como lo que se está pintando ahorita, cuando vas subiendo de nivel, cuando alguien llega y te pide una cotización tienes que saber cuánto cuestan las cosas las cosas, qué vas a pintar, porqué lo vas a pintar” [Shente].

Es pertinente agregar que en el significado de tipo Económico se vislumbra otra modalidad aunque con mucha menor presencia: el mural como mercancía. Aquí queremos hacer la

distinción de que se trata de una atribución otorgada por participantes del *street art* que cuentan con muy poco capital simbólico dentro del campo, pese a que tengan antigüedad y sus técnicas sean valoradas como buenas. Es decir: existen realizadores de murales cuya única finalidad es vender su trabajo y adquirir capitales convertibles en otro tipo de capital para su beneficio (capital social que habrá de convertirse en capital económico, por ejemplo; tejer redes a conveniencia, generalmente fuera del campo). Estos participantes producen a petición de quien pague, sea del ámbito gubernamental, empresarial, político-partidista o comercial. La producción que hacen es masiva, ostentando una legitimidad para ocupar el espacio a partir de los recursos materiales y los dispositivos dispuestos desde posiciones de poder. El sentido que otorgan a su práctica pone en riesgo el juego del *street art*, pues se aleja de la *illusio*<sup>41</sup> y responde a intenciones de tipo mercantilista. Cabe precisar que son pocos quienes atribuyen a su práctica dicho significado; además no se puede decir que sea una tendencia en incremento.

Cierto es que la cuestión económica no es el sentido principal que los realizadores de murales entrevistados atribuyen a su práctica, pero interesa establecerla como uno más de los sentidos que contextualizan la producción simbólica actual del espacio urbano con *street art*. Es así que algunos de los participantes desarrollan gran parte de sus intervenciones tras obtención de becas o por contrato. Esto vinculado a su vez con el capital simbólico y social, es decir: el reconocimiento dentro y fuera del campo, y las redes sociales tejidas, favorecen las invitaciones a desarrollar proyectos remunerados.

#### **4.5 Significado de tipo Comunitario**

La noción del receptor en el imaginario de los productores de murales como aquella entidad para quien realizan las piezas se encuentra presente en todos los participantes del *street art*. Sin embargo, existen participantes que otorgan al mural callejero un significado que hemos denominado Comunitario por la preeminencia de un sentido de construcción o fortalecimiento de comunidad en los espacios intervenidos.

---

<sup>41</sup> El interés por el juego se desarrolla en el *Capítulo V: El street art en Tijuana: dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego*, en el apartado *La illusio: ¿para qué marcar?*.

“Pintas esas casas abandonadas... las pintas y se hacen visibles y cuando son visibles la gente las limpia porque como que ven que ya tienen mucho cochinerito ahí, y no sé... hay muchas cosas buenas en eso” [El Norteño].

De principio, existe una dimensión acaso ética respecto a la selección de los lugares que han de intervenir, donde la mayoría de los participantes del *street art* autorizado refieren al respeto hacia el espacio argumentando no imponerse en el lugar sino dialogar con los elementos con los que ya cuenta, incluyendo a su gente, en un ejercicio de representar e identificar.

Figura 12. Mural de tipo Comunitario



Autor del mural: El Norteño  
Bulevar Casa Blanca  
Fotografía: Melina Amao  
2013

“Las historias que plasmo no son más sino que son del lugar. Yo no voy ‘es que esto yo soñé acá, y voy a pintar esto porque es lo que me dicta la luz del día’. No manches, o sea: platico con los vecinos y me cuentan una historia y eso lo pinto. O pasa un indigente o un vendedor y platicamos y eso lo pinto o sea, no hay truco, no llevo un boceto y me voy a buscar una pared bonita para que quede esto curada. Yo le doy historia a un lugar con los mismos de ahí” [El Norteño].

Este sentido de comunidad (generar comunidad) es respaldado por asociaciones civiles que emplean al mural como uno más de los componentes de una serie de actividades con intenciones de saneamiento social, en lugares catalogados con altos índices de marginalidad. Un ejemplo de ello es la asociación inicialmente llamada Reacciona Tijuana, que ha impulsado proyectos de intervención en dos modalidades: por un lado, ha empleado el mural para plantear mensajes que aluden a un derecho a la ciudad frente a la criminalidad vivida a finales de la década pasada (en 2009); y por otro, ha desarrollado talleres donde artistas jóvenes se vinculan con la comunidad que habita colonias en condiciones de pobreza y “abandono gubernamental” (así lo refiere el artista plástico Garzón Masabó, quien ha encabezado la asociación), a fin de pintar murales colectivamente como resultado de dichos talleres.

“Si tú llegas a un espacio y lo intervienes a ultranza... tiene dueño, tiene alguien que lo cuida, que lo marca, entonces yo creo que ante esa situación lo que hemos hecho es consultar, ya sea al mismo contexto desde lo icónico, pero también consultar a la gente, a las personas que viven ahí, y ya últimamente más involucrarlos en ese proceso de creación de un muro [...]. Creo que esta idea de ayudarlos a ordenar su mensaje en el muro es algo que aporta muchísimo a un territorio, a una zona urbana, que ha estado invadida por marcas de graffiti vandálico” [Luis Garzón].

Dentro del significado de tipo Comunitario, el mural callejero realizado bajo autorización es entendido como una entidad contragraffiti, esto es: existe la creencia de que un mural prevendrá el marcaje tipo *tag* o textual en la pared que lo exhibe. Esta visión no es solo de algunos de los

autores de las intervenciones sino de gestores culturales, autoridades municipales y estatales que patrocinan tales programas, comerciantes que piden murales en sus establecimientos, y habitantes que autorizaron la realización de algún mural en sus viviendas.

#### **4.6 Significado de tipo Lúdico**

Se ha clasificado aquí un tipo de significado como Lúdico pues se ha identificado en algunos participantes del campo del *street art* una intención de irrumpir el espacio con imágenes consideradas grotescas, buscando sorprender al espectador-receptor y confrontarlo con una nueva forma de entender la fealdad, la monstruosidad. Una regularidad en este tipo de significado es que corresponde a sujetos inscritos en el perfil de los pretendientes, es decir, son los de nuevo ingreso al campo quienes con mayor constancia –aunque no todos– otorgan este significado a sus piezas, mientras en el discurso (oral y visual) de los hegemónicos predomina un deseo de *conectar* con el receptor mediante figuras de sencilla decodificación, imágenes que embellezcan el paisaje urbano, cuando de murales se trata.

“Es como yo veo mi trabajo porque siempre trato de que se muestre ese lado que siento que todos tenemos ocultos por ahí, que es cuando te salen las ideas más bizarras o como que a veces te avergüenzas de tus propias ideas. O de que quisiste hacer eso y a veces ya te bloqueas, te frustras y dices ‘no lo voy a hacer, porque la sociedad me enseñó que eso no es correcto’ y dejas de hacer algunas” [Once Cero Dos].

La cualidad lúdica sobresale porque si bien no se intenta –necesariamente– transgredir el espacio marcándolo desde la ilegalidad, existe una intención de transgredir las nociones estéticas en un juego con lo socialmente establecido como bello, como aceptable o deseable. Se revela un juego de irrupción visual frente a lo negado, lo oculto; y sobre ello, sobre esa posibilidad de incomodar, el autor ironiza.

Figura 13. Mural de tipo Lúdico



Autor del mural: Once Cero Dos  
Calle Quinta y Av. Revolución  
Fotografía: Melina Amao  
2013

Así también, se distingue un sentido educativo en una dirección distinta a la desarrollada anteriormente, ya que quien interviene el espacio desde el significado de tipo Lúdico otorga a sus piezas la cualidad de incitar a la desinhibición de las expresiones, a liberar los sentidos en quienes las aprecian a fin de permitirse (aquel que observa-consume las piezas) la externalización de sus propias creaciones. Se incita a abatir los miedos de la voz propia.

#### **4.7 Significado de tipo Artístico**

Desde el término *street art* empleado en este trabajo para nombrar a la práctica de intervenir el espacio urbano pictóricamente, hasta las otras denominaciones en disputa desarrolladas en el capítulo anterior, se anticipa el significado de tipo Artístico atribuido al mural callejero. No

obstante, se ha querido aquí explicarlo en función de los participantes del *street art* en cuyas intenciones prevalece la dimensión artística sobre las otras posibilidades semiótico-semánticas. El significado es de tipo Artístico para quienes, por sobre otros significados, aducen al mural callejero la capacidad de sublimar al espectador, para quienes simbolizan el espacio urbano con murales que consideran poderosas herramientas para transformar consciencias.

Figura 14. Mural de tipo Artístico



Autor del mural: Ariana Escudero  
Malecón Playas de Tijuana  
Fotografía: Melina Amao  
2011



Este significado puede parecer que romantiza la práctica, mas los participantes del campo que privilegian la dimensión artística se lo plantean como un ideal, es decir, no asumen que la sublimación de los sentidos ocurra infaliblemente en los espectadores cuando observan sus piezas. Pero, al igual que los otros significados, se encuentran en diálogo con el espacio y los sujetos, pretendiendo con sus intervenciones romper con la monotonía de la ciudad, con las rutinas de quienes la habitan, brindándole al espectador “momentos extraordinarios”.

“La gente puede decir que va en su carro o transitando peatonalmente y es como muy monótono, entonces el arte rompe con eso. Crear ese momento mágico donde sí se rompe la cotidianidad y se crean esos espacios que la gente en la vida real no lo tiene, necesita la llegada de los artistas que nos dedicamos a esto para crear esos momentos mágicos, o esos momentos extraordinarios” [Escudero].

Significar a su propia práctica como primordialmente artística se acompaña de una valoración positiva de su ejercicio de intervención, a manera de resistencia frente a aquellas perspectivas que insisten en estigmatizar no solo a todo tipo de marcaje sino a la ciudad misma. Se trata de sujetos que no buscan irrumpir el espacio ni a quienes lo habitan, sino –por el contrario– contribuir a generar una relación amable con el entorno y, con ello, reivindicar a la ciudad; construir otro tipo de discursos frente a la connotación negativa asignada a Tijuana y masificada vía mediática. De este tipo de significado participan tanto los hegemónicos como los pretendientes, pero mayormente quienes se distancian de la noción “graffiti-graffitero”.

Para concluir el presente capítulo, cabe repasar que la variedad de tipos de significados es construida por los participantes desde un punto en común: el espectador-receptor. Es decir, quienes participan del *street art* tienen invariablemente como referencia la cualidad pública de su práctica, la visibilidad de sus piezas y la transformación del paisaje. Se podría hablar de un *sujeto con sentido colectivo*, ya que –si bien no se asume como parte de un movimiento– interviene el espacio con consciencia de un “otro” que ha de recibir-consumir lo creado. A diferencia del graffiti territorial que traza mensajes públicos pero de carácter primordialmente endogrupal, quien participa de este campo posee un sentido exógeno, de inclusión y diálogo. Además, el participante del *street art* en Tijuana es discursivo más allá de su producción plástica, resultado

de un ejercicio de reflexividad de su práctica (sin distinguos por posición dentro del campo). Así, el mural callejero es la materialidad de dimensiones tanto emotivas como ideológicas del sujeto que lo produce.

Aquí adquiere relevancia el concepto *simbolización*, al visualizar (quienes realizan murales) a las intervenciones pictóricas como “apuestas” conceptuales y de sentido con pretensiones de significar la experiencia urbana de ese espectador anónimo. Los participantes del *street art* plasman en las paredes de la ciudad perspectivas que devienen de diversas búsquedas-intereses, de manera que *ejercen* el espacio urbano simbolizándolo, a partir de sus propias estructuras simbólicas.

Es importante puntualizar que los significados clasificados en tipos no necesariamente discuten entre ellos, de tal manera que el mural callejero autorizado es multidimensional, con alcance-intención-interpretación (por quienes los producen y promueven) de carácter educativo, político, económico, comunitario, lúdico y/o artístico. Todo mural callejero puede ser entendido, sin oposición, como un evento discursivo de corte político, como testimonio de reivindicación de la práctica, como entidad contra-graffiti, como herramienta contraclásista, como incitación a la ruptura estética, como resistencia frente a sanciones estigmatizantes. El *street art* es polisémico.

El mural callejero elaborado bajo autorización permite a sus autores una interacción con las personas y el espacio aun después del proceso de elaboración de las piezas, por lo que las intervenciones poseen una capacidad de diálogo inagotable con el entorno (al margen de estar conscientes de la vulnerabilidad de lo creado). Durante la realización de sus murales, los autores reconocen la riqueza de la *experiencia de ciudad* a diferencia de la *experiencia en galería*; destacan de esta manera significados comunes: se trata de un “arte en vivo”, de un proceso compartido, de una actividad sin reclusión. La *calle*, los encuentros con la gente y los lugares, son fuentes de retroalimentación inmediata para quienes participan del *street art*. Pero comprendiendo al *street art* como campo, es preciso analizar cuál es el interés –por la ocupación visual-gráfica del espacio– considerado legítimo (más allá de los sentidos y significados otorgados a las piezas o la práctica); aspecto que se desarrolla en el capítulo siguiente, donde se

abunda en el perfil de quienes participan de este campo en Tijuana actualmente, a fin de desentrañar las formas de participación en el *street art*.

## **CAPÍTULO V: Dos perfiles en disputa frente a las reglas del juego**

El campo del *street art* cuenta con participantes que se posicionan en dicha estructura desde diferentes lógicas: unos sujetos defienden la conservación de los bienes del campo mientras otros rompen las reglas del juego buscando así ampliar su beneficio específico. Para comprender esto, se desarrollan aquí tres de los objetivos de esta tesis:

- Diferenciar, mediante una revisión de su trayectoria, cómo se constituyen y qué características tienen los creadores de murales callejeros autorizados en Tijuana; y
- Distinguir las fuentes de legitimidad en el *street art*, es decir, revisar los elementos que entran en juego para que se les considere legítimos en el ámbito de la intervención de muros.
- Comprender cómo se da la transición de lo ilegal a lo legal para quienes cuentan con la experiencia de haberse iniciado en el ámbito de la clandestinidad.

Ya en el *Capítulo III: Participación desde experiencias diferenciadas: disputas y tensiones* se establece la presencia de dos perfiles de actores que realizan murales en el espacio urbano bajo autorización, y se desarrolla el análisis de cuatro tipos de disputas (Disputas por el uso legítimo del espacio entre los participantes, Disputas de enunciación, Disputas entre dos tipos de actores, Disputas de significación y resignificación de la práctica), esto en articulación con la teoría de los campos, la cual permite distinguir a los participantes como hegemónicos o pretendientes a partir de elementos específicos. En esos dos perfiles se ahondará aquí a fin de comprender el marco sobre el que se generan las disputas y las formas de participación, revisando cuáles son las reglas del juego en el campo del *street art* identificadas en Tijuana, el habitus dominante y la *illusio* (el interés por el juego), hasta inferir de ello las maneras en que se quebrantan dichas reglas.

Para desarrollar estos objetivos, en este capítulo se han analizado códigos pertenecientes a las familias: Participación experiencial, Participación simbólica, Práctica material, Capital cultural, Capital simbólico discursivo y Capital social.

<b>Familia</b>	<b>Códigos empleados</b>
Participación experiencial	Antigüedad en el campo Entrada al campo Formación profesional Pertenencia a <i>crews</i> Transición ilegal-legal
Participación simbólica	Designación a la práctica Frontera representada Influencias en el <i>street art</i>
Práctica material	Formas de intervención Materiales y técnicas
Capital cultural	Experiencia en galería Formación profesional
Capital simbólico discursivo	Capital simbólico Redes sociales
Capital social	Pertenencia a <i>crews</i> Redes sociales

### 5.1 Clandestinidad y visibilidad

Los autores de murales en Tijuana, si bien inscriben su práctica en marcos de legalidad, cuentan muchos de ellos con una trayectoria, ya sea inicial o aún vigente, en el ámbito ilegal, entendida la categoría *ilegal* a partir de la criminalización del marcaje que les obliga al ocultamiento cuando intervienen sin previa autorización. Sin embargo, algunos sujetos se inscriben en el *street art* contemporáneo con una trayectoria desarrollada únicamente en el terreno de lo autorizado. De los participantes del campo del *street art* entrevistados, cuya característica en común es que actualmente realizan murales bajo un esquema de autorización, se ha podido ubicar-construir dos perfiles: quienes cuentan con la experiencia de la clandestinidad y quienes siempre han sido visibles. Pese a que todos los entrevistados son social e institucionalmente *visibles* (en el rigor de la expresión), referir a la *visibilidad* pretende diferenciar un perfil que en ninguna circunstancia –

o no tan constantemente— ha pasado por la clandestinidad característica del marcaje tipo graffiti, entendido como práctica con sentido territorial, transgresor, subversivo, antihegemónico, marginal.

Estos dos perfiles, el clandestino y el visible, destacan a partir de los códigos agrupados en las familias nombradas (en la sistematización de los datos) como: Participación experiencial, Participación simbólica, Práctica material y Práctica simbólica.

El perfil de aquellos que *hacen uso* del espacio urbano con murales autorizados constituido por el rasgo de la clandestinidad, da cuenta de sujetos que han inscrito gran parte de su trayectoria en el marcaje de la ciudad desde una lógica de ocultamiento. Su antigüedad en el campo data de más de 10 años, han pertenecido a *crews* (o aún pertenecen), manejan el aerosol como técnica principal, tienen un pseudónimo que es su firma o *tag* (a veces simplemente un alias o apodo derivado de su nombre) e interpretan su incorporación al ámbito autorizado como una evolución. Quienes han pasado por la experiencia de la clandestinidad, con los breves que ello implica (como ser perseguidos por la policía y en ocasiones detenidos; ser estigmatizados), no rechazan se les refiera como *graffiteros* comprendiendo la valoración social que ello conlleva. Tampoco niegan la posibilidad de seguir transgrediendo el espacio sin autorización, pese a que su trabajo más visible (en términos de escalas) lo desarrollen actualmente en el formato mural-autorizado. En otras palabras: dada su experiencia inicial en el campo, difícilmente resisten a la tentación por marcar el espacio ilegalmente, aunque asimismo participen del *street art* en el ámbito legal. De ahí que no planteen una noción como *exgraffiteros*, sino que a *graffiteros* suman otras formas enunciativas (artistas, artistas urbanos, muralistas, pintores).

“Pues eso no lo puedo decir en entrevistas porque oficialmente no hago cosas ilegales. La transición de hacerlo en la noche clandestino a hacerlo de día con permiso fue como que se dio natural. Casi la mayoría que hacemos cosas ilegales hacemos cosas legales; no hay nada como estar con tus camaradas un domingo, nada más estar pintando y pasarla chido, tranquilo. Entonces creo que eso se dio, se da” [Libre].

En este primer perfil, transitar de un dimensión ilegal a una legal significa continuar marcando la ciudad pero desde otras plataformas, ampliando con ello las posibilidades de modificación del paisaje urbano y apropiación del espacio. Se trata de una *evolución* en correspondencia con la antigüedad, evolución reflejada tanto en lo estético (diversificación técnica e icónica) como en el agenciamiento, al incorporar la gestión y negociación por el espacio entre sus estrategias, y en la manera de concebirse a sí mismo. Este perfil intenta una relación más amable con el espacio y con la comunidad, marcando ya no con carácter de rebeldía (como posiblemente se dio en un inicio) sino con búsquedas de naturaleza dialógica.

“Lo que pasa es que fue a raíz de que quería empezar a pintar y ya no quería estar tanto corriendo de la policía o estar oculto. Pensé que ya no era tiempo para eso, que ya había hecho lo que tenía que hacer en cuanto a lo ilegal y que ya había pasado ese momento. Aunque todavía me dan ganas cuando veo así en la calle; o sea, está bien fácil, me dan ganas de subirme a un edificio, me dan ganas de hacerlo. Pero ya tengo 38 años y estoy cansado” [Shente].

Pese a que los sujetos que comprenden este perfil hayan pertenecido o pertenezcan todavía a *crews* y hayan intervenido el espacio durante muchos años con fines de demarcación territorial, no constituyen una identidad subalterna ni marginal ni barrial. Esto sobresale con en el capital cultural institucionalizado (la escolaridad): algunos son egresados de carreras en áreas como Diseño Gráfico y Arquitectura, y de ellos hay quienes incluso cursan (al momento de las entrevistas) la licenciatura en Artes Plásticas como segunda carrera; mientras otros planean un posgrado igualmente en artes. De la misma manera, conforma este perfil sujetos que no cuentan con estudios superiores. De ahí que sus influencias varíen: conocen y reconocen el graffiti neoyorkino, pero muchos de ellos además toman como referente las propuestas estéticas de arquitectos, ilustradores y artistas plásticos, procurando la creación de un estilo propio. De los entrevistados en este perfil, ninguno aludió a una influencia del mural estilo chicano, esto es: pese a la cercanía geográfica con tal movimiento, existe distancia en términos simbólico-culturales.

“Estoy estudiando Artes, voy a pasar a tercer semestre. Es mi segunda licenciatura, ya tengo una en Diseño [...]. Yo creo que todos siempre tenemos que estar estudiando, y siento que es de las pocas cosas que realmente te quedan [...]. Si hay algo que te gusta ¿por qué no profesionalizarlo? ¿por qué no entrar a la escuela? Si ya estoy en esto, ya estoy viviendo de esto, pues ¿por qué no buscar una profesionalización de esto?” [Spel].

Dadas las características en este perfil de productores de murales, se les puede analizar como hegemónicos o dominantes aun cuando participan del *street art* con autorización y se alejan de un marcaje marginal.

El segundo perfil identificado en los productores de murales de Tijuana está distinguido por su visibilidad al contar con una trayectoria donde predominan las intervenciones urbanas bajo autorización. Su antigüedad es menor a los 8 años (es decir, se hacen visibles en el espacio social y urbano a partir del 2006), no pertenecen a colectivos ni *crews*, se han desempeñado en áreas como la publicidad, no emplean el aerosol como técnica principal aunque sepan manejarlo, el pseudónimo es opcional (y cuando cuentan con uno su construcción es compleja, envuelve varios significados) y se inscriben en el *street art* con el reconocimiento de otro campo: el del arte. Este perfil niega la denominación *graffitero* como categoría que le represente, y proponen enunciaciones como *muralista*, *neomuralista* o *street artist*.

Que no pertenezcan a *crews* o colectivos no equivale a no participar en proyectos compartidos, sino lo distintivo es que no asumen el nombre de un grupo como parte constitutiva de su práctica. Sin embargo, en este perfil sí se establecen colaboraciones con otros realizadores de murales, principalmente con participantes del campo desde su misma posición aunque no de manera invariable. Un ejemplo de la colaboración posible entre participantes del primer perfil (con mayor antigüedad en el campo) y del segundo perfil (de reciente ingreso) es la alianza de Spel con Once Cero Dos, que ha derivado en trabajos tanto en espacios urbanos como en galería. Cabe puntualizar también que quienes pertenecen a *crews* realizan a criterio murales de manera individual y en colectivo, es decir, no porque pertenezcan a un *crew* toda su producción se desarrolla grupalmente.



Figura 15. Mural en colaboración



Mural realizado por Once Cero Dos, Spel y Kash  
Delegación Santa Fe  
2013  
Fuente: Spel

A quienes se ha identificado como parte de este segundo perfil cuentan con redes sociales tejidas al interior del campo a manera de lazos débiles, mientras cuentan con redes sociales al exterior del campo a manera de lazos fuertes. Esto es: las amistades se ubican mayormente en otros

ámbitos, aunque con la característica de tratarse de áreas asimismo de creatividad, como el cine, la música, la fotografía y las artes plásticas. Ello les facilita la realización de proyectos en otros campos, como publicidad o arte.

Si bien se diferencia aquí a sujetos que han desarrollado su trayectoria en marcos de legalidad, no se trata de un rasgo rigorista, es decir, no porque su trabajo más constante sea autorizado (por autogestión, contrato, invitación u obtención de beca) excluyen de su experiencia intervenir sin permiso. Lo distintivo es que las marcas ilegales que realiza este segundo perfil son elaboradas en técnicas no de aerosol primordialmente, sino en engomados (*stickers*), cartel, *wheatpaste*, plumón, estencil, acrílicos o en técnica mixta.

“Inició todo más sobre una vía clandestina [...], y muchas veces eran espacios que no tenían ni a quién pedírselo: tal vez un espacio abandonado, un puente o algo así, pero siempre con la intención de no dañar a una persona, espacios de nadie o de todos. [...] Nunca me siento ni aquí ni allá, siempre estoy como en el momento, entonces no digo que no lo voy a volver a hacer ni digo que lo voy a hacer mañana, nada más que puede que sí, puede que no” [Once Cero Dos].

Respecto a su formación y experiencia profesional, este segundo perfil está vinculado a las áreas de publicidad, diseño, arquitectura y artes plásticas casi de manera invariable (al menos de los entrevistados, todos quienes corresponden a este perfil cuentan con dichas trayectorias). La selección de sus estudios profesionales coincide en el diseño (Diseño Gráfico, Diseño Integral) y la escolaridad de algunos de ellos ha sido desarrollada en el extranjero. Las influencias de las que parten pertenecen tanto al campo de las artes plásticas como al del cine y la publicidad; de hecho, en su noción del espacio urbano se encuentra presente la competencia visual publicitaria y propagandística como una imposición contra la que pueden/quieren luchar mediante el *street art*. Su visibilidad tiene además otros alcances: los medios.

“Personalmente tengo mi postura de la publicidad: a mí me da hueva, me molesta la publicidad que se antepone, o sea: te obligan a ver algo que tú no puedes decidir si lo vas a ver o no. Como diseñador y trabajando para

cosas publicitarias pues, hoy en día creo que no lo hago porque me molesta, creo que la gente tiene que decidir” [El Norteño].

Tras identificar tales diferencias, a este segundo perfil se le puede analizar como pretendientes dentro del campo del *street art* con base en la teoría de Bourdieu.

Cabe señalar que en ningún momento se identificaron como relevantes en esta distinción de perfiles elementos como el origen o la edad, ni fue un punto de partida el concepto *juventud*. Por otro lado, la condición fronteriza sí es una presencia que determina algunas de las experiencias por la posibilidad de consumo (adquirir en California el material para intervenir, conocer el estilo de quienes intervienen ‘del otro lado’) y de redes sociales (intercambiar experiencias con productores de murales californianos, hacer y recibir invitaciones para elaborar trabajos colectivos); pero ni la vecindad con los Estados Unidos ni fenómenos como la migración o la deportación son visibles en su discurso. Tampoco se representa a la frontera temáticamente en sus piezas (salvo por Libre, que metaforiza la figura del “coyote”). Quienes sí han aludido a la condición fronteriza, en ocasiones folklorizando imágenes de la región como el “burro-cebra”, son productores de murales no radicados en Tijuana que han intervenido la ciudad por invitación, provenientes de otros estados de la república (Nuevo León, Oaxaca, Jalisco, el Distrito Federal) u otros países (Cuba, Suiza, Estados Unidos).

Figura 16. Mural de autores foráneos



Autor del mural: Colectivo La Piztola  
Origen: Oaxaca  
Mural realizado por invitación de  
Entijuanarte  
Fotografía: Melina Amao  
2010

Los participantes del *street art* tijuanaense consideran que las temáticas de la frontera en su obra adquieren relevancia cuando intervienen fuera de Tijuana, esto para generar una forma gráfica-visual de identificar a su autor. Pero dentro de la ciudad, son otros los tópicos representados.

“El estereotipo de *El Norteño* surgió en Argentina y era necesario que la gente supiera que era un trabajo mío, que no lo hace un argentino o un español o un francés, que era un mexicano. Entonces funcionaba como una tarjeta de presentación y que la gente vea un mexicanito pintado ahí pues no había dudas de dónde era. Además siempre con una leyenda que decía ‘made in Tijuana’ o cosas así, entonces la gente siempre sabe que es alguien de Tijuana el que está haciendo eso. Hoy en día no, o sea, aquí en Tijuana no tiene sentido eso. Ocasionalmente lo hago no por la gente de aquí sino por la gente de fuera, que no dejo de trabajar como esas raíces de personajes mexicanos pero sí hago como otras cosas” [El Norteño].

Las iconografías de la ciudad no le pertenecen al productor de murales de Tijuana, tampoco los espacios asignados a invitados externos. Por ello, no se percibe celo cuando quienes intervienen el espacio son foráneos. Acaso lo que se cuestiona es el apoyo institucional, es decir, el cuestionamiento hacia las instancias que patrocinan a externos es “¿por qué invertir en traer realizadores de murales de otras ciudades cuando en Tijuana existe la calidad, el interés y el conocimiento? ¿por qué no apoyar el desarrollo de lo local?”. No obstante, la recepción hacia los *colegas* no es territorial. La participación de otros realizadores de murales en la transformación estética del paisaje es valorada como una posibilidad de incrementar la visibilidad de lo que se produce localmente y generar intercambios, tejer redes que permitan maximizar el beneficio.

## **5.2 Reglas del juego en el *street art* de Tijuana**

Si para que un campo funcione deben existir reglas del juego y personas dispuestas a jugarlo, es preciso revisar cuáles son las reglas del juego en el *street art* a partir de lo recuperado en las entrevistas realizadas a los hegemónicos del campo en Tijuana, dado que serían ellos quienes se inclinan a la conservación de los bienes dentro del campo. Esto permitirá comprender de qué manera los pretendientes quebrantan las leyes inherentes al *street art*, lo que explica el origen de las disputas.

La construcción de los dos perfiles a partir de rasgos experienciales y simbólicos diferenciadores ha permitido ubicar a aquellos sujetos que fungen como hegemónicos y aquellos que fungen como pretendientes, y ello a su vez resalta las reglas del juego aun cuando se trata de la dimensión legal de la práctica:

- Empezar “desde abajo”: Esta regla alude al carácter clandestino de la práctica como cualidad primigenia del campo. Implica marcar la ciudad sin el aval de voces legitimadoras. Refiere, también, a un sentido de evolución dentro del campo.
- Marcaje constante-sistemático: Mostrar consistencia en las intervenciones particularmente por la cantidad de espacios intervenidos, pero además por la perseverancia pese a que las marcas sean *encimadas* por otros autores.

- Transgredir: Ser desafiante frente a los espacios (marcar lugares riesgosos y visibles) y frente a las autoridades (marcar clandestinamente sin ser detenido). Intervenir lugares “prohibidos”. Contar con este tipo de transgresión en su experiencia.
- Pseudónimo: Tener una firma a manera de pseudónimo a fin de que las marcas sean reconocidas y asociadas a su autor.
- Estilo propio: Proponer marcas de estética particularizante que identifique a su autor y le diferencia de los demás.
- Respetar a los antecesores: Comprender que el espacio ya ha sido marcado-apropiado-significado por otros, lo que conlleva a asumir dos posibilidades: buscar otros espacios o disputar el marcaje de las paredes.

“Nos interesa gente que le interese avanzar, no nomás lo ilegal. O sea: que vaya brincando los peldaños del graffiti” [Shekz].

Figura 17. Intervención con apoyo institucional



Intervención realizada por Shekz, Thesker, Argus Chile Rage Crew y Nonoclande.  
Escalinata hacia la Casa de la Cultura de Tijuana  
Fotografía: Melina Amao  
2014

Conocer, reconocer y respetar las reglas del juego deriva en la obtención de prestigio y reconocimiento dentro del campo al paso de los años, capital simbólico que facilitará la conservación de las piezas creadas en el espacio urbano. Respetar las reglas equivale, pues, a ganarse el derecho a la calle.

### 5.3 Habitus dominante

De las reglas del juego se puede vislumbrar un habitus dominante en el campo del *street art*, es decir, aquello que hace posible la producción de pensamientos, percepciones y acciones de los participantes ubicados en una posición hegemónica, a partir de condiciones sociales específicas dentro de un sistema estructurado, en este caso el campo del *street art*.

Lo descrito en el perfil de la clandestinidad correspondería al habitus dominante dentro del *street art*, pese a que se hable de la dimensión autorizada. Es así que en las experiencias de quienes realizan murales legales se expresan rasgos constantes en sus trayectorias:

- Ocultamiento: Cuentan con una experiencia en las intervenciones urbanas desde la clandestinidad, ante la transgresión del espacio y del reglamento de la ciudad que criminaliza la práctica no autorizada catalogándola como una infracción. Saben de estrategias para la huida.
- Actitud temeraria: Al menos en sus inicios, asumen los riesgos de la clandestinidad y con ello retan a las autoridades. La actitud temeraria también se vislumbra en la ubicación de las marcas dada la dificultad del acceso a determinados espacios.
- Carácter subversivo: Subvierten el orden discursivo con el marcaje como acto de apropiación y de reclamo del espacio.
- Pseudónimo: Cuentan invariablemente con pseudónimo.
- Pertenencia a *crews*: Cuentan con la experiencia de haber pertenecido a un *crew*, o todavía pertenecen.
- Aceptación de la noción 'graffiti': Los dominantes no niegan el término graffiti o graffitero para referir a su práctica. En ocasiones lo defienden por sobre otras nomenclaturas.
- Manejo de la estética textual: Saben *taggear* (dejar su firma).
- Manejo de la técnica aerosol: Dominan la técnica del aerosol, lo que implica conocimiento de las medidas de los tapones para crear efectos, y dominio de los diferentes ángulos pues a veces se marca *de cabeza* (desde puentes, azoteas o letreros viales).

- Entendimiento de los códigos: Saben las implicaciones de marcar el espacio, y las implicaciones de que sus piezas sean marcadas/encimadas. Decodifican esos símbolos.
- Estilo propio: Se esmeran en proponer un estilo gráfico-estético que les distinga, y sancionan a aquellos que no han logrado desarrollar un marcaje particularizante, aún más a quienes consideran les plagian.

El habitus dominante trata de ser reproducido por los de nuevo ingreso, pero no por quienes lo hacen desde las otras experiencias-discursos identificados (aquellos que comprenden el segundo perfil descrito, el de la visibilidad), sino por quienes buscan ingresar bajo una lógica de conservación de los bienes del campo: los “nuevos graffiteros”. Ello persiguiendo el capital simbólico específico del campo: el reconocimiento, hacerse de un nombre en el *street art*.

#### **5.4 La *illusio*: ¿para qué marcar?**

El interés por el juego, la *illusio*, en el *street art* se expresa en articulación con la dimensión social de la práctica, donde los participantes del campo tienen presente al espectador que transita o la comunidad que habita el espacio que se interviene. El interés por el juego está determinado principalmente por el impacto social de las piezas creadas, por la posibilidad de diálogo con el entorno a partir de ellas. Pero esto es una cuestión que sobrepasa de la dimensión autorizada de la práctica, pues la *illusio* se construye en otras direcciones cuando se trata de intervenir el espacio urbano transgrediéndolo.

La *illusio* en los hegemónicos y los pretendientes no se contraponen, de manera que participantes de ambos perfiles intervienen el espacio argumentando hacerlo no por una cuestión de ego sino por provocar una interacción; no por dejar su marca y con ello hacerse visibles, adquirir fama, sino por aportar al lugar sin imponerse.

“Es un arma muy poderosa cuando se usa con cualquier fin, porque todas las personas lo ven. Entonces si tú quieres dar un mensaje es una muy buena arma para hacer pensar a la gente, para poder cuestionarse y para poder hacer cambios sociales positivos, bueno, en mi trabajo podrían ser



positivos. Considero que es un arma, como lo decía Siqueiros, porque entra por los sentidos” [Escudero].

Se entabla una disputa de sentido cuando se asume que “el otro” interviene el espacio por las razones equivocadas, cuando su interés por el juego no corresponde a la *illusio* dentro del campo. Y no es que haya participantes que reconozcan vanidad en su ejercicio interventivo y ello les provoque descrédito al interior del campo, sino que a quien parezca perseguir otros intereses dada su visibilidad mediática, por ejemplo, se le considera corrompe las reglas del juego.

“Yo nunca supe ni qué estaba haciendo, no tenía como una meta, como salir en Vice<sup>42</sup>, que es lo que veo en muchos de mi *cura*<sup>43</sup>, que es como los que están ahí: ‘salí en Vice’, y eso qué. Yo creo que si sales en Vice es para que más gente me vea, más gente me abra más puertas, para hacer más cosas más chingonas en mi ciudad, y en otras partes. No por mi imagen ni nada así, que creo que es lo que mucha gente se confunde...” [Panca].

Enmarcado el juego en la creatividad, proponer un estilo propio es parte de la *illusio*, estilo construido y consolidado al paso del tiempo; de ahí que los hegemónicos más que los pretendientes critiquen-cuestionen a quien ingresa al campo aspirando a un reconocimiento inmediato sin siquiera contar con un lenguaje visual considerado propositivo. Jugar el juego es proponer nuevos elementos visuales-discursivos al espacio.

“Hay tantas cosas que se pueden hacer que por qué caer en el *fusil*<sup>44</sup>, a eso sí no le tengo mucho respeto. Y luego es obvio que todos estamos influenciados por algo, pero el *fusil* yo no lo respeto. Y ese es el otro lado porque aparte que los morros ya quieren un reconocimiento bien cabrón y dicen ‘¿por qué yo no salgo?’. Y pues preguntas ‘¿cuántos años

---

<sup>42</sup> Vice es una revista de circulación internacional que trata temas vinculados al arte, los procesos culturales y tópicos *subterráneos*, al margen de los discursos hegemónicos.

<sup>43</sup> “Cura” es un localismo que en esta expresión equivale a “ambiente”, u otros regionalismos como “onda” y “rollo”.

<sup>44</sup> “Fusil” es una jerga social que refiere al plagio. *Fusilarse* una imagen es copiarla, plagiarla, robarla, imitarla.

tienes pintando?’. No, pues, uno o dos. Y dices ‘okeeey. Ya cada quien’  
[Libre].

No solo la aparente ansia de fama es una de las direcciones contrarias a la *illusio* en el *street art* autorizado, sino además las riñas por la ocupación del espacio con murales. Quienes se inscriben en este campo si bien coinciden en no ser parte de un movimiento, sí admiten que su práctica no pretende dañar a la ciudad ni a otros sujetos que realizan murales. Otorgan a su ejercicio de intervención urbana una valorización positiva en cuanto al uso del espacio que se opone a las intenciones de marcaje territorial.

“A mí sí me rayan muchos murales. Lamentablemente creo que puede ser hasta poco inteligente porque la gente al fin de cuentas que andamos haciendo cosas sin buscar estar en esta categoría ni peleándonos por a ver quién tiene esa pared, hemos hecho muchas cosas buenas para todos en Tijuana” [El Norteño].

“Llegó un punto donde me topé al morro, porque ese wey andaba presumiendo ‘yo le tapo a la Panca’. Y unos compas le dijeron al morro ‘¿Sabes qué? Estás bien pendejo porque la raza que está pintando nadie se caga el palo, y tú como que estás bien ardido, como que estás bien *hater*<sup>45</sup> contra ellos, pero tú quieres andar ahí, tú quieres estar en la misma cura, pero no te acoplaron’...” [Panca].

La *illusio* comprende, pues, jugar el juego con un sentido de comunidad (interactuar-dialogar con el entorno) y una intención estético-propositiva, eludiendo con ello fines tales como adquirir fama, imponerse en el espacio o entablar competencias, aunque éstas siempre subyazcan en el campo del *street art*.

---

<sup>45</sup> “Hater” es una expresión tomada del idioma inglés que deviene de la palabra “hate” (odio). Es una forma de decir “rencoroso”. Para intentar una traducción, se podría hablar del “odiador”.

## 5.5 Romper las reglas del juego

En todo campo existen participantes que se inclinan por la conservación de los bienes del campo y otros más que rompen las reglas del juego, pero el quebrantamiento del orden dentro del campo no necesariamente resulta de una intención desafiante sino que puede ser inconsciente. Es posible, en ese sentido, romper con lo establecido sin salirse del juego y, así, ampliar el beneficio específico.

En el *street art* existen varias rupturas asumidas por los participantes hegemónicos y pretendientes cuando la práctica se inserta en marcos de legalidad. De principio la cualidad “autorizada” representa una desobediencia al sentido primigenio de la práctica, al origen a la conformación del campo. Ello establece una distancia con el sentido clandestino y transgresor de la tendencia *old school*, y amplía las posibilidades de ocupación y uso del espacio con la negociación por éste.

Un segundo quebrantamiento de las reglas del juego puede verse en el incremento de las posibilidades estéticas, al renunciar a lo textual en las intervenciones para incorporar otras posibilidades visuales como el retrato o los personajes.

Asimismo, al adquirir visibilidad (social-institucional) y legitimación de su práctica al exterior del campo, los participantes del *street art* autorizado logran la transmutación de los campos; esto es: circulan además en campos como el del arte, el diseño y la publicidad. La visibilidad mediática puede ser entendida como otro rompimiento de las reglas.

Figura 18. Mural con apoyo institucional



Autor del mural: Libre  
Mural realizado con apoyo del ICBC  
Fotografía: Melina Amao  
2009

Estas formas de romper las reglas del juego son compartidas por todos los participantes al inscribirse en el ámbito legal. Pero en los sujetos de estudio, una vez identificado el habitus dominante, es posible inferir cómo los pretendientes quebrantan aún más que los hegemónicos estas reglas:

- La mayor parte de su experiencia o la totalidad de ella se da en marcos de legalidad.
- No pertenecen a *crews*.
- No cuentan con pseudónimo de manera invariable.
- Todos cuentan con una formación escolarizada.
- Todos son reconocidos en otros campos, incluso antes de ingresar al street art.

Cabe observar que *ser hombre* si bien no se enuncia como condición prescriptiva, como una exigencia dentro del campo, *ser mujer* e intervenir el espacio puede ser entendido como una

forma más de romper las reglas del juego, en especial si se revisa que el *street art* es inicialmente conformado como un campo masculino. Ello en ocasiones deriva en tensiones entre hombres y mujeres autores de murales.

Ante las disputas, la defensa de la ortodoxia del campo la encabezan los hegemónicos (defensa en términos de enunciación y de manejo de técnicas, defensa presentada como violencia simbólica), mientras los pretendientes se muestran más heterodoxos, al ampliar las formas estéticas, discursivas y de apropiación del espacio en el campo del *street art*. Esto devela una lógica que parecería contradictoria pues generalmente quienes tienden a subvertir el orden en cualquier campo son los pretendientes, y aquí se puede identificar que los dominantes resultan más “antisistema”. Lo que sucede es que en este campo la condición primigenia, la ortodoxa, es la transgresora; y la heterodoxia se expresa de maneras que podrían entenderse como paradójicas por su apariencia conservadora, como pedir permiso.

Que los participantes de un campo rompan las reglas del juego significa optar por estrategias orientadas a maximizar su beneficio específico, pero ello no implica que se haga de manera calculada, cínica o desafiante sino que responde a un conocimiento acaso inconsciente o ingenuo de la relación entre el habitus y el campo. De ahí que se entablen disputas que los pretendientes consideran absurdas, en tanto los hegemónicos (del ámbito legal, ilegal o de ambos) lo interpretan como un proceso sobre el que funciona el campo.

A manera de conclusión de este capítulo, cerramos con las siguientes reflexiones: con la distinción de los dos perfiles de participantes del *street art* en Tijuana en el ámbito autorizado, analizando sus particularidades tanto de tipo experiencial como simbólica por la forma en que *juegan el juego*, es posible inferir cuáles son las fuentes de legitimidad en el campo. Esto último se puede desentrañar al hacer la descripción y análisis de la *illusio* en el *street art*, y revisar el habitus dominante. Éste se construye aquí no en función a la condición jurídica autorizada de la práctica sino en términos generales (del campo en Tijuana), de donde se observa que tanto quienes se ubican como hegemónicos como quienes se ubican como pretendientes transgreden los márgenes del habitus dominante al inscribirse en la legalidad; es decir, pese a su antigüedad en el campo, los hegemónicos no reproducen completamente el habitus dominante ya que

asumen su práctica con un sentido no necesariamente antihegemónico, sino de agenciamiento y diálogo.

Los actores del *street art* autorizado en Tijuana si bien participan desde experiencias diferenciadas, tienen puntos de encuentro. Éstos pueden entenderse en términos de Bourdieu como el conocimiento que tienen los sujetos de la relación entre el habitus y el campo, conocimiento consciente o ingenuo. Las reglas inherentes al *juego* del *street art* mantienen el funcionamiento del campo en tanto son conocidas y reconocidas por los participantes, pero cuando son quebrantadas revelan tensiones y disputas. Si bien se identifican diferencias a partir de la dimensión experiencial de los sujetos, una de las coincidencias se ubica en la *illusio* donde de manera casi invariable los realizadores de murales refieren a que el interés por el juego (por intervenir-simbolizar-significar la ciudad) no debe definirse a partir de los egos sino que los marcajes han de construirse con plena noción del espacio intervenido, de la comunidad que habita la zona. Parece haber una obligatoriedad dialógica. No obstante, desde la perspectiva de algunos participantes hegemónicos del *street art* existen quienes no respetan la *illusio*, valorado así principalmente por la visibilidad mediática de los pretendientes. Ello conlleva a que los pretendientes cuenten con menos capital simbólico dentro del campo, lo que a su vez deriva en defensas y violencias (simbólica y material). Por otro lado, la transición ilegal-legal de la práctica para quienes cuentan con la experiencia de la clandestinidad es entendida por los hegemónicos como una evolución dentro del campo, dado que ello implica un perfeccionamiento de las técnicas que rebasa los límites del graffiti territorial. Esto permite la transmutación de los campos, al borrarse las fronteras entre el *street art* y el arte *formal*, pero sin institucionalizarse. Dado que este objetivo específico (*Comprender cómo se da la transición de lo ilegal a lo legal para quienes cuentan con la experiencia de haberse iniciado en el ámbito de la clandestinidad*) fue desarrollado a partir de las entrevistas realizadas a participantes del *street art* con experiencia tanto en la clandestinidad como en el terreno autorizado, enriquecería construir la visión de este fenómeno desde el sujeto ortodoxo en el campo, desde aquel que defiende el sentido primigenio de la práctica, a fin de abundar en el análisis de las transformaciones en el campo.

## CAPÍTULO VI: Experiencia ambiental-emocional: espacio apropiado, paisaje practicado

*“Yo no tengo problema con ir a rayar los puentes,  
no tengo problema con ir a rayar las instituciones del gobierno  
que sabes que tus impuestos se invierten ahí,  
no tengo problemas con eso.  
También hay un montón de áreas abandonadas y olvidadas ya,  
si tuvieron propietario algún día ya están abandonadas,  
es propiedad de nadie y simplemente las reclamas”.*  
Spel

La acción sobre los entornos, la transformación del espacio, está vinculada a la percepción que se tiene de ellos, a la significación emocional otorgada a los lugares. Pero esta percepción-significación se produce en la experiencia, que en este caso analizamos como experiencia ambiental, lo que concierne a las interacciones tanto con el medio ambiente como sociales y la conciencia que de ello construyen los sujetos.

El objetivo que en este capítulo se desarrolla es:

- Revisar con base en la experiencia espacio-emotiva de los sujetos de estudio la manera en que construyen, practican y significan el paisaje urbano.

Para ello tomamos lo recuperado en las entrevistas realizadas tanto a los productores de murales como a otros participantes de la construcción del paisaje urbano y del discurso sobre él. Los códigos que permiten adentrarnos a este enfoque son:

<b>Familia</b>	<b>Códigos empleados</b>
Participación simbólica	Noción de la ciudad
Práctica simbólica	Significados a la práctica

La intervención de las paredes del espacio urbano con pinturas-tinturas-imágenes, con *street art*, expresa, exterioriza, trasciende, transforma, invita, incita, territorializa, identifica, apropia, significa, comunica y simboliza el paisaje urbano siempre desde una valoración subjetiva del mismo. Esta valoración se ancla en la experiencia ambiental que (como se vio en el capítulo

teórico) tiene cuerpo y conciencia, tiene afectos (afectividad). La experiencia es multifacética (Serfaty-Garzon, 1985: 69] y por ello contiene y construye significados diversos.

### **6.1 Experiencia ambiental: *tijuanenses foráneos***

El espacio (urbano y social) es experimentado de muchas maneras por los realizadores de murales, lo que les hace intervenir y significar los lugares desde diversas nociones: por su posibilidad de transformación, su potencial comunicativo, su visibilización contrahegemónica, su interacción comunitaria, incluso su promoción paisajístico-discursiva (a manera de *lanscape branding*).

El proceso de apropiación del espacio tiene varios canales, entre ellos la acción-transformación y la identificación simbólica [Pol, 2005: 283]. Ello deriva en la construcción de sentido de los entornos que devienen en lugares, lo que explica también los comportamientos y las participaciones hacia el espacio. Esto se hace evidente en la experiencia de los entrevistados con relación a su interacción ambiental, de donde algunos recuperan elementos de manera consiente, reflexiva, para alimentar su producción plástica. Se trata de *vivir la ciudad* con todo lo que ello implica, incluyendo aquello que a veces se padece.

“Yo siempre he andado a pie, es algo que también me gusta: como andaba bien ‘panca’ [*punk-a*] andaba a pie, andaba sin nada de música, entonces se me hizo bien fácil escuchar la música del taxi, escuchar las conversaciones, escuchaba todo con lo que conviví, entonces como que conocí al ciudad muy MUY bien por años, y eso a mí me ayudó. Pero como yo no tenía nada era como que ‘ni modo’, entonces, medio mamona a veces no quería escuchar a la gente, o los narcocorridos, pero pues es parte de. No puedes negar algo que existe aquí. Tienes que absorber la ciudad” [Panca].

El entorno vivido-apropiado tiene “un papel fundamental en los procesos cognitivos (conocimiento, categorización, orientación, etc.), afectivos (atracción del lugar, autoestima, etc.), de identidad y relacionales (implicación y corresponsabilización)” [Ídem: 284], de manera



que el espacio no solo se vive en lo funcional sino que se produce y practica en lo emocional. Así, hay realizadores de murales que cuentan con experiencias en otras ciudades tanto interviniendo las paredes como estableciendo relaciones sociales, a partir de lo cual construyen (y reafirman) una noción de la ciudad practicada como lugar apropiado, un lazo afectivo con Tijuana como *lugar propio* y distante de los otros entornos experimentados en lo geográfico y lo sociocultural. Incluso con *el lugar de origen*: se identificó que algunos de los entrevistados manifestaron “ser” y “sentirse” *tijuanenses* a pesar de haber nacido en otras ciudades (alguno nació en Guadalajara, y alguien más en California, por ejemplo). La apropiación por identificación se refleja de manera discursiva no solo en la noción *tijuanense* adoptada como gentilicio personal sino con alusiones comparativas entre espacios geográficos.

“...en ese entonces yo había cortado con un novio y me había ido a vivir a Nueva York, y no sé, como que algo me jalaba a esa ciudad; luego me fui un año al DF, y la verdad yo iba huyendo de mí misma, la ciudad no tiene nada que ver, la ciudad tiene mucho que ofrecer y tiene muchas cosas con las que trabajar... se trabaja con lo que uno tiene. Y en el DF si tienes una cuenta de banco bien pesada puedes ser quien sea, ahí el dinero habla, y aquí también y todo, pero aquí la ciudad es un lugar que todo mundo se esfuerza mucho. Yo prefiero estar acá donde te cuesta todo esto a estar allá nada más viendo a quién conozco, allá trabajaba con artistas, para galerías y todo, pero era como ‘no sé por qué no siento que aquí [DF] me voy a establecer’...” [Panca]

El anterior es uno de varios pasajes en los que se identificó ese rasgo: la comparación entre espacios, que deja ver la dimensión emocional del sujeto por ellos. La experiencia ambiental como es afectiva provoca que la ciudad se lleve a cuentas: hay afectos y afectaciones. Por ello, aunque se cuente con experiencias en otras latitudes, lo significativo es “lo propio”. Y sobre eso que *es propio*, porque se ha abstraído en la emocionalidad, es sobre lo que actúan los sujetos y es, al mismo tiempo, lo que actúa en ellos.

## 6.2 Apropiación: *espacios de nadie, espacios de todos*

La apropiación, que es emocional-simbólica-significada, juega con el entendido de la propiedad legal-jurídica-material. En quienes realizan *street art* se puede identificar muy presente una conciencia de la propiedad legal de los lugares, particularmente cuando marcan o han marcado desde la clandestinidad, pero disocian esa *jurisdicción* material de una emocional que ellos mismos pueden ejercer (y ejercen) sobre los lugares, con el rasgo de consentir esta apropiación dentro de una colectividad: “son lugares de todos”.

“Inició todo más sobre una vía clandestina. De salir o veía un lugar que me gustara o me llamara la atención, un lugar que me comunicaba algo a mí, era el espacio que yo intervenía, el que me llamaba la atención, y muchas veces eran espacios que no tenían ni a quién pedírselos: tal vez un espacio abandonado, un puente o algo así, pero siempre con la intención de no dañar a una persona, si acaso a una empresa grande, espacios de nadie o de todos, pero no de una persona en específico”  
[Once Cero Dos].

La noción de “espacios de nadie” en el entendido del *street art* equivale a “espacios de todos”, lugares que se pueden marcar con cierto derecho a hacerlo por cuestión de pertenencia y, para el perfil tradicional, por una cuestión de quién llegó primero: tengo derecho a la acción-transformación y tengo derecho al espacio. En el pasaje anterior, el sujeto advierte una cualidad comunicativa del paisaje pero no como emisor (no como quien quiere comunicar) sino como receptor, pues la selección de las paredes es en función de lo que éstas *le dicen*. Mientras se puede pensar que la finalidad del *street art* es su visibilidad, existen quienes buscan sorprender a otros “curiosos” que *hurgan* en recovecos urbanos, eligiendo lugares menos transitados, significándolos casi por su intimidad.

Apropiarse de los lugares por transformación de los mismos colinda con la territorialidad, lo que constituye un sentido claro para algunos realizadores de *street art*, que buscan no apropiarse del espacio *per se* sino de su significado [Sefaty-Garzón, 1985: 76]. En los participantes del campo, si bien hay “lugares de todos” que por lo mismo deciden marcar, con o sin permiso, se identifica

que conciben unos lugares *más de todos* que otros, es decir: procuran respetar las viviendas pero no se les dificulta (moralmente, por así decirlo) marcar infraestructura gubernamental.

“A mí en lo particular no se me hace *cool* ir a rayar la casa de alguien más porque igual a mí no me gustaría que vayan y rayen mi casa [...] Pero yo no tengo problema con ir a rayar los puentes, no tengo problema con ir a rayar las instituciones del gobierno que sabes que tus impuestos se invierten ahí, no tengo problemas con eso. También hay un montón de áreas abandonadas, olvidadas ya. Si tuvieron propietario algún día ya están abandonadas, es propiedad de nadie y simplemente la reclamas” [Spel].

Existen acciones sobre el espacio apropiado con intenciones, sí, de denostar titularidad simbólica de los mismos, replanteando los sentidos “originales” de dichos espacios, en una lógica del tipo “no le debo solemnidad al gobierno” y “tengo derecho a la ciudad (usarla, marcarla) porque a partir de mí se construye”; pero también el *street art* de cierta manera “domestica” el espacio, lo “re-crea” [Romero, 2003: 8], le brinda contra-sentidos a los *simbolismos a priori*, cuya visibilidad invita a pensar (re-pensar) los lugares.

### **6.3 Transformación: resignificar el espacio para reconfigurar las prácticas**

En quienes producen murales se percibe una voluntad de diálogo hacia el entorno en términos “cordiales”, aun si se realizan sin permiso, por el solo hecho de brindar una estética al paisaje planteada en términos artísticos. Hay quienes de manera directa buscan justamente transformar el espacio para transformar asimismo la relación que las personas tienen con el entorno, buscan contribuir a hacer del espacio *lugares*. Esto se vincula al significado de tipo comunitario explicado en el Capítulo IV.

“Cuando pintábamos siempre buscamos lugares que están descuidados, por ejemplo una casa abandonada, donde la gente tira basura. Llegamos, limpiamos, pintamos y no manches: cambio de nada, la gente va, se toma

fotos, salían los vecinos, los señores con sus hijos y a convivir con nosotros” [Norteño].

Esta transformación se vincula con una interacción no solo con el entorno sino con quienes lo habitan, con lo que se espera (al menos eso lo expresaron algunos realizadores de murales) que los mismos colonos cuiden (conserven) el mural, en tanto re-significado el espacio, en tanto apropiado y reapropiado.

Transformar estrecha la experiencia emocional con la interacción ambiental y social teniendo en el producto (mural, en este caso) un elemento valorado en su posibilidad de cohesión. Además la apropiación por transformación deja testimonio material de la experiencia.

“Hago *obra pública* porque es lo que más me divierte, porque siento que estoy haciendo una travesura todo el momento que estoy trabajando en él, porque llegas y trabajas con muchos tipos de gente, con muchas mentalidades, desde la comunidad, desde el que pasa, desde las autoridades, desde el policía, la señora de enfrente, la novia del *Topo*, todos... tratas con todos. La *obra pública* a parte que me gusta hacerlo bien lo que sea que esté haciendo, a parte todo el hecho de trabajar alrededor del entorno del lugar, estás con la comunidad, impactas y ya cuando te vas de ahí dices ‘ay wey, ahí está eso’...” [Oscar Ortega].

La apropiación se realiza “en un mundo de modificación, alteración y transformación” [Serfaty-Garzon, 1985: 76], tanto física como simbólica, de manera que todo espacio puede ser apropiado-transformado (sin pretender enunciar obviedades), pero más aún bajo la perspectiva del *street art* frente a su condición de visibilidad, lo que permite identificar el potencial de los lugares como entronques de identificación colectiva a partir de la interacción ambiental-social.

#### **6.4 Interacción: intervenir es dialogar**

Como se ha visto, apropiarse del espacio es un proceso interactivo, aspecto que tienen muy presente quienes realizan *street art* en Tijuana aun antes de inscribirse en este campo, desde su

propia experiencia urbana. Si bien todas las personas interactuamos con el medio, hay quienes deciden intervenirlo (a los sujetos, y a los espacios en su materialidad) en búsqueda de obtener reacciones y percibir (conocer y construir) la ciudad más profundamente.

“Realmente esa inquietud ya la traía desde la preparatoria más o menos. Me gustaba interactuar con la sociedad de alguna manera porque una vez hice unas hojas con preguntas como ¿qué es la vida? ¿qué es el arte? Y yo les repartía las hojas a manera de intervención urbana pero no era sin ninguna razón ni ningún proyecto. Había cosas que antes hacía que realmente me llevaron a interactuar socialmente. Como que siempre era por ahí” [Ariana].

Ya durante el proceso creativo de la elaboración de un mural, especialmente autorizado, esta interacción “hermana” (por así decirlo) a los sujetos creadores con los sujetos espectadores, y a todos con el espacio intervenido-significado. La tranquilidad de realizar un mural con la acreditación legal permite disponer del tiempo y el espacio para dialogar sobre el proceso, en una suerte de obtención de un permiso simbólico de quienes ahí habitan.

“La gente llega, cotorrea contigo, a veces terminan hasta ayudándote, a veces te dan de comer... creo que es la diferencia de un artista cuando trabaja en su estudio: trabajas en tu estudio y no va a llegar alguien de la calle a tocarte la puerta y te va a decir ‘oye ¿me dejas entrar para verte pintar?’. En la obra de caballete estás pintando y alguien ya lo ve y hay como una sorpresa en la galería, en el museo. Y es diferente cuando pintas en la calle, la gente puede ver todo el desarrollo, todo el proceso, se pueden sentar a ver y cuestionar todo: por qué esas rueditas, por qué ese color, por qué de ese tamaño. Todo eso es lo que también sabes que tienes que trabajar en tu personalidad... si eres tranquilo y sabes cotorrear con la gente creo que eso también se te regresa y la gente te da más apoyo” [Shente].

Como se aprecia, los realizadores de murales que enmarcan su práctica en el entendido del arte, diferencian esta cualidad (la interacción social y ambiental) de la experiencia en solitario del

trabajo en caballete, otorgándole a *la calle* un plusvalor con relación a la significación de la ciudad, es decir: es solo en la calle y con los de la calle que conozco-construyo los lugares. Se crea así una interacción del tipo persona-personas y “personas-paisaje” [Nogué, 2007: 14].

“Es una parte que me gusta mucho del proceso. En el mural de la calle Segunda estaba empezando a trazar el payaso y todo mundo ya lo reconoció. Y está suave porque es arte en vivo, entonces fue como una presentación del principio hasta el fin, la gente pasaba y me pitaba, me decían que iba muy bien, a parte de ser un mural que ya quedó fue un proceso bien suave porque la gente pasaba y me daba muchos ánimos. Fue bien suave interactuar con la gente a través del arte” [Ariana].

Las imágenes *dejadas* ahí en el paisaje urbano, de las que el autor se desprende (en el sentido simmeliano), están sujetas a interpretaciones variadas al margen de los significados atribuidos por quienes las crearon. Así, el mural se convierte en una aportación al paisaje que permite otras interacciones con el mismo. Si bien hay un apego a la experiencia de la intervención, y apego al lugar, no lo hay tanto hacia lo creado en términos de “objeto” o “producto”, esto por la vulnerabilidad latente de las piezas en la intemperie.

“Aunque no lo entienda completamente, lo que hago siento que tiene más que querer poner mi nombre, más que la gente sepa que yo estuve ahí, que yo soy de tal barrio. De alguna manera cuando lo pongo me deshago de él, de un pensamiento, de un *feeling*, de una idea. Le doy la oportunidad” [Panca].

La pieza se desprende de su autor no solo por la vulnerabilidad de la misma en un entorno abierto (abierto a condiciones climáticas y a modificaciones de otra gente) sino por la exteriorización de subjetividades y la diversidad de interpretaciones, una vez a la vista de todos. El mural tiene, más allá de la finalidad con la que fue creado, una voz propia y sus autores *le permiten* que por sí mismo hable.

#### 6.4 Significación: mensajes válidos o sancionados

Sobre el paisaje hay muchos discursos y significaciones, tantos como experiencias de quienes lo practican. La apropiación (el sentido de lugar, de pertenencia) participa de la energía con la que se busca significar los espacios y defender los discursos espaciales, lo que en las intervenciones pictóricas urbanas se pone de relieve frente a la variedad de estéticas y simbolismos. Si bien el mural tendría que hablar por sí mismo, algunos autores buscan que hable del entorno y sea eso lo que signifique el lugar: una representación de éste.

“Mi onda no era andar explicando el trabajo ni mucho menos, era reflejar el entorno, realmente investigar seriamente el entorno, la historia del entorno, de la comunidad, el impacto, todo el rollo y exactamente eso que tú ves, respiras, hueles, investigas y sacas es lo que va a salir de resultado. Es el problema de los morros que están ahorita pintando toda la ciudad: pintan un mural en un día y medio, no les pagan nada para empezar, pero la cuestión es que llenan la ciudad de iconos que no van ni vienen. Hay murales muy buenos, tampoco voy a generalizar, pero la cuestión es que un mural propiamente dicho es algo que tiene que ver 110 por ciento acerca de su entorno. No puede ser algo *ajeno a*. Ésa es la onda. Unas ballenas en el Río no es un mural: es un cuadro gigante y punto. Y no tiene nada que ver son sus alrededores” [Oscar Ortega].

La conexión del espacio con un contexto sociocultural es preocupación de los realizadores de murales dada la consciencia que tienen respecto a que los murales, al margen de voluntades creadoras, serán *consumidos* y por lo tanto significados por quienes ahí transitan. Y a partir de esa preocupación construyen los contenidos de las piezas.

“Yo hago personajes que se parecen a cualquiera, y entonces la gente dice ‘ah, órale, se parece a mi compa, a mi vecino’ o así, le agarran buena onda. La misma gente me lo ha dicho a mí: ‘qué bueno que tú no haces de ese graffiti feo que viene a ponerme sus nombres’. No, pues, yo hago personajes, eso es lo que yo hago. Y la gente agarra buena onda con

eso. Además las historias que plasmo siempre no son más sino que son del lugar” [Norteño].

Esta defensa por la significación, los autores de murales de Tijuana la manifiestan frente a iconografías valoradas como inadecuadas por considerar que reproducen discursos estigmatizantes de la ciudad o que floklorizan aspectos de la región, como el muro fronterizo o el burro-cebra (un animal *híbrido* para la zona turística, que en realidad es un burro pintado con rayas oscuras, como se aprecia en el mural de la Figura 16). Es decir: iconográficamente existen símbolos que restan valor a las piezas como elementos de significación del espacio para ciertas perspectivas. Se confrontan, así, diversos enfoques y voluntades por dominar los significados espaciales-paisajísticos: el de las instituciones, el del gobierno, el de los promotores culturales, el de los artistas, incluso el de los activistas (frente al Aeropuerto Internacional de Tijuana, el muro fronterizo ha exhibido por años intervenciones *artistas* que hablan de los desaparecidos, muertos y asesinados en su intento por cruzar el muro, reflejando o intentando reflejar con ello la brutalidad del mismo: las intervenciones se presentan con cruces y ataúdes con los nombres de los migrantes víctimas; para el discurso oficial ello da *mala imagen* al recién llegado, de manera que ha hecho intentos por quitar u ocultar tales símbolos con otros que proyecten a la ciudad con un rasgo de cosmopolitismo y vanguardia. El proyecto ‘Tijuana, tercera nación’ es ejemplo de esto último: la obra de jóvenes artistas visuales fue colocada en lonas sobre el muro justo en el tramo que mostraba las intervenciones de grupos promigrantes).

Con las estrategias por significar se busca incidir, provocar o dirigir la experiencia ambiental de los espectadores y habitantes desde una emocionalidad generada a partir de la identificación con las piezas. De ahí que haya disputas entre los participantes del campo del *street art*, e incluso hacia el exterior del campo, enmarcadas por la diversidad de discursos espaciales que sancionan *quién* puede actuar en el espacio y de *qué* manera.

### **6.5 Comunicación: potencial para incidir-persuadir y re-pensar el paisaje**

Las posibilidades de uso del espacio, a partir de la percepción que de éste se tiene, determinan cómo se practica. En la significación existe una relación con “la dimensión comunicativa del



paisaje” [Nogué, 2011], donde algunos productores de murales ven en él posibilidades persuasivas con una doble intención: transmitir un mensaje concreto a partir del contenido de la pieza y provocar una relación distinta, *amable*, con el entorno. La posibilidad de comunicar la plantean desde su propia experiencia con el medio: se sitúan como receptores de aquello que la misma ciudad les dice a través de las paredes.

“A mí me pasó que venía por la [avenida] Internacional hacia Playas y vi todos esos murales en el canal<sup>46</sup>, y vi que decía algo como ‘Esto es Tijuana’ y entonces sentí dentro de mí como que felicidad. De alguna manera visualmente sí provoca algo en las personas, no sé si vaya a ser en el momento o que perdure pero sí el arte deja algo en las personas sea malo o bueno, cada quien lo interpreta. Pero de repente sí me han llegado comentarios de murales que les han hecho pensar y en su vida lo han aplicado. Como que sí puede llegar a transformar algo en la vida de las personas” [Ariana].

Hay autores de murales que se proponen aprovechar la dimensión comunicativa del paisaje para transformar consciencias y, a la vez, transformar la manera en que se entiende el espacio. Esta perspectiva es aliada de la distinción entre dialogar e imponer: *aportar mensajes positivos* a la ciudad frente a la ansiedad que provoca (a algunos) el graffiti textual, descifrable solo en su vanidad (dejar su firma). Ariana Escudero, de hecho, inició en julio de 2014 una colecta para realizar un mural que habrá de ubicarse en el Hospital General de Tijuana donde promueve la lactancia materna (Anexo 5). Es a partir de su experiencia como madre que propone este tema y lo traduce al lenguaje del *street art*, práctica que asume con potencial de comunicar e incidir. El paisaje practicado revela, pues, no solo relaciones sociales sino ideologías.

La oportunidad paisajística de comunicar-persuadir, si bien de manera burda es ejercida por la publicidad y las campañas políticas, en ocasiones toma forma atrayente hacia la ciudad desde el *street art* autorizado. Esto es: los murales participan de una imagen de la ciudad como lugar que invita a ser recorrido. Puede verse como un *landscape branding* [Nogué, 2011: 38] que apela a una emocionalidad para provocar que determinados espacios sean visitados y en general se

---

<sup>46</sup> “El canal” se refiere a la canalización del Río Tijuana.

construya una idea de ciudad como ambiente seguro. Bajo esta perspectiva, diversas iniciativas promueven la realización de murales (como se mencionó en el significado de tipo económico, Capítulo IV), en busca de generar mayores flujos de personas a determinadas áreas o bien, visibilizando espacios bajo una significación distinta a la que poseía. Se *etiqueta (brand)* al paisaje para pensarle diferente.

En la canalización del Río Tijuana se realizó una serie de intervenciones de tipo mural en 2013 (aunque no es la primera vez que se interviene el espacio bajo un proyecto institucional) encabezada por Mode, un exgraffitero que pertenecía al Colectivo HEM. Las piezas realizadas, con recursos otorgados desde instancias municipales, se ubican a la vista de quienes cruzan la frontera por la Garita de San Ysidro, y a la vista (claro) de los indigentes que viven en “el canal” (que son miles de personas, principalmente hombres deportados por los Estados Unidos). En “el canal” (conocido también como “el bordo”, por su colindancia con la frontera física entre los dos países) existe un fenómeno –clasificado como “problemática” por el gobierno de Tijuana– en marcos de precariedad: las personas viven ahí en condición de indigencia, drogadicción y prostitución; esto tiene como añadidura prácticas de abuso de poder y violación de derechos humanos por parte de la policía. Esto último ha sido muy denunciado por activistas y grupos pro-migrantes, y visibilizado por los medios. Históricamente los diferentes ayuntamientos de Tijuana han tomado medidas de ocultamiento (borramiento) de dicho fenómeno sin otorgar alternativas que busquen resolver la situación, sino solamente como cuestión cosmética bajo una postura de “dan mala imagen” y la justificación de que “todos son delincuentes”.

Figura 19. Aspecto de la Canalización del Río Tijuana “el canal”



Fotografía facilitada por Alberto Hernández / El Colef.  
Sin autor.

Los indigentes (migrantes, deportados) y las condiciones en las que viven han formado parte de un paisaje negado por el discurso oficial. Están ahí pero *no son vistos*. Ante ello, el proyecto de los murales (los más grandes que hay en Tijuana actualmente) ha atraído la mirada hacia un espacio que estaba *prohibido* como práctica y como discurso, un paisaje estigmatizado por “inseguro” e “indeseable”: *paisaje invisible* donde “el sentimiento y la retórica sobre la inseguridad del espacio urbano no solo limita su uso, sino también su observación” [Nel.lo, 2007: 189]. Ahora se ha resignificado sin que cambien las condiciones ni los procesos que en la canalización tienen lugar. Se impone así una intención de significar el paisaje desde una perspectiva *inmaculada* por hacer un *branding* de él dirigido a quienes transitan transfronterizamente.

La fisonomía urbana es, pues, polivalente. La experiencia construye los significados en torno a los espacios, sus posibilidades de uso, sus prácticas. El *street art* es igualmente articulación de experiencias y detonador de ellas, es diálogo ambiental-emocional, es representación

sociocultural e ideológica, y es también identificación simbólica si no con las piezas sí con los lugares. El enfoque de la apropiación permite comprender estos procesos.

## CONCLUSIONES

Al construir al *street art* como campo, en términos generales se identifica un asunto en disputa que es la ciudad misma: la simbolización-ocupación-significación del espacio urbano. Pero al desentrañar el funcionamiento del *street art* como campo en Tijuana, con la centralidad en el ámbito autorizado de la práctica, se develan otros *enjeux*, tales como la enunciación para referir al ejercicio de intervenir las paredes pictóricamente, y la significación de la práctica frente a nociones estigmatizadas. Dichos objetos en juego en esta situación específica se disputan dentro de una disputa mayor, que es la de sentido. Las defensas de tales *enjeux* son analizables una vez identificados los participantes del campo; así, en esta investigación se han construido dos perfiles de sujetos que participan a partir de experiencias diferenciadas, lo que les ubica dentro en posiciones asimismo distintas: hegemónicos (por su antigüedad y defensa del sentido ortodoxo del *street art*) y pretendientes (por su reciente ingreso y quebrantamiento de las reglas del juego).

Lo relevante de ello, es que si bien participan de esta ocupación pictórica algunos sujetos que han iniciado en el marcaje de la ciudad desde la clandestinidad, dotan a su práctica de significaciones que distan de lo entendido bajo la noción de graffiti como marca territorial originada en marcos de marginalidad social. En Tijuana, quienes realizan murales no buscan necesariamente transgredir sino, por el contrario, dialogar con el espacio, con quienes lo habitan, con la ciudad misma. Ello no significa que el marcaje sea auspiciado por las autoridades gubernamentales ni que se tengan pretensiones decorativas; de hecho, los realizadores de murales otorgan significados variados a su práctica, entre ellos generar un pensamiento crítico hacia el entorno político-económico-social. Reconocen la cualidad comunicativa del paisaje urbano. Esto se expresa en propuestas estéticas a veces abstractas, a veces de sencilla decodificación, pero en todo momento a partir de un ejercicio de reflexividad de su autor que se manifiesta no solo en el producto plástico-urbano sino en su discurso.

Los participantes del *street art* están organizados algunos por *crews*, que son grupos o colectivos de graffiteros; mientras otros intervienen las paredes bajo una lógica individual aunque sin menospreciar las posibilidades de trabajos en colaboración. Entre ellos se reconocen, es decir, en

la mayoría de los casos, los participantes identifican a ese “otro” que marca asimismo la ciudad; sin embargo, no se asumen como parte de un movimiento o una escena.

Además de las coincidencias obvias, como hacer del mural un medio de expresión y tomar a la ciudad como un derecho, los realizadores de murales comparten la *illusio* que es el interés por el juego del *street art*, donde prima una intención de marcaje con sentido social, es decir, lo *respetado* es aportar al entorno: intervenir sin imposición y sin ánimos de fama. Se identifica, así, una *Participación simbólica* enmarcada por una *Participación experiencial*, construida esta última a partir de elementos concretos, siendo el más determinante *la entrada al campo* (si se empezó a marcar desde la clandestinidad o, bien, siendo siempre visibles y gestionando las paredes).

Por *Participación simbólica* proponemos aquella construcción que el sujeto hace de sí mismo en el campo del *street art*, a partir de los sentidos, valores y significados en los que enmarca su creación de murales. Es la manera subjetiva en la que se inscribe en el campo y que articula en un discurso coherente con relación a su perfil y propósitos en la producción de paisaje. Dicha construcción del *yo en el campo* comprende elementos tales como la forma en que designa a su práctica (*pintar* frente a *rayar*, neomuralismo o graffiti), su autodefinición (artista, artista urbano, pintor, graffitero, muralista...), sus influencias (artistas plásticos, arquitectos, tendencia graffiti *old school*), su noción de la ciudad (como *lugar* o como *territorio*, su experiencia ambiental-emocional) y su noción “del otro” (postura frente a otros productores de murales de mayor o menor trayectoria, y la valoración que hace de los discursos y prácticas de éstos). Por *Participación experiencial* proponemos referir a los elementos concretos en su trayectoria (trayectoria marcando la ciudad, específicamente) a partir de los cuales significa a su práctica y su ejercicio de intervención pictórico-urbana. Esta participación incluye la antigüedad en el campo, la manera en que inicia (si es en el ámbito ilegal o autorizado), si cuenta con experiencia en galerías como expositor de obra (lo que hablaría de cierta legitimidad en el campo del arte, o institucional), su formación profesional, la pertenencia o no pertenencia a *crews* (grupos de graffiteros), y la manera en que transita de la clandestinidad al terreno autorizado, en caso de haber iniciado con una práctica ilegal. Tras inmersión al trabajo de campo, análisis e interpretación, y presentación de resultados, concluimos que de esta participación (la

experiencial) se deriva la segunda (la simbólica), lo que da marco a las disputas, y a la conservación o ruptura de reglas.

Los sentidos, valores y significados que los realizadores de murales atribuyen a su práctica se han clasificado en seis tipos (Educativo, Económico, Político, Comunitario, Lúdico y Artístico) a partir de su propia propuesta estético-conceptual, recuperada para esta investigación mediante la entrevista. Estos significados distancian a los creadores de murales contemporáneos de intenciones de tipo identitarias, territoriales o subversivas aducidas a movimientos tales como el cholo o el chicano. Se hace aquí tal aclaración para evitar la explicación histórica que daría cuenta del fenómeno actual como herencia de dichos movimientos. Son, pues, otros los sentidos a partir de los cuales se participa en el espacio urbano en Tijuana, sentidos construidos desde otros referentes y otras búsquedas.

Al construir-identificar tanto las reglas del juego, como la *illusio* y el habitus dominante en el *street art* de Tijuana a partir de la experiencia de quienes intervienen la ciudad desde el ámbito autorizado, resaltó la importancia de contar con la visión de aquellos sujetos de perfil ortodoxo dentro del campo: los graffiteros siempre clandestinos, aquellos que hacen una defensa del sentido primigenio de la práctica negándose a inscribir su marcaje en ámbitos de visibilidad-legalidad. Este enfoque podría abonar a la construcción y la comprensión del campo, y las formas de participación, desde las tensiones originadas en una disputa entre el sentido tradicional vs. el contemporáneo. De manera que esta tesis se propone como un precedente a partir del cual se pueda abundar desde esas otras perspectivas: identificar las luchas por la legitimidad dentro del *street art* en ambas condiciones jurídicas, legal e ilegal; y su posibilidad de diálogo con otras esferas.

La pregunta que condujo este estudio es **¿Cómo participan los diferentes agentes en la producción simbólica del espacio urbano de Tijuana a través del *street art*?**, centrandose en el análisis en los productores de murales callejeros realizados bajo autorización. Al mencionar en la pregunta que da origen a esta investigación a “los diferentes agentes” se entrevén dos aspectos que han sido desarrollados aquí con base teórica, metodológica y empírica: por un lado, son diferentes los sujetos que significan la ciudad con murales y dicha diferencia es marcada por la

experiencia; esto es: se identifica más de un perfil de participantes de este campo en Tijuana; el otro aspecto es el agenciamiento: referir a los productores de murales como ‘agentes’ habla a su vez de la capacidad de negociación y gestión para intervenir y al mismo tiempo habla de la posibilidad de incidir, tanto en el campo como en el espacio urbano. Así, la pregunta de investigación se responde de la siguiente forma: las experiencias diferenciadas de los participantes del campo del *street art* (pese a que coincidan en ejercer su práctica en marcos de legalidad) ubica a los sujetos en posiciones distintas, y es a partir de dichas posiciones que simbolizan la ciudad y otorgan significados a su práctica; pero esta participación es disputada: entablan disputas de sentido, enunciación, significación y de uso del espacio. El *street art* en Tijuana se configura por dos lógicas que parecen opuestas: la de aquellos que cuentan con una experiencia en marcos de clandestinidad, y la de quienes cuentan con poca o nula experiencia en el marcaje ilegal; ello deviene en una participación del *street art* con alianzas y tensiones (esto determinado mayormente por la posición que ocupan, aunque no de manera invariable: existen colaboraciones entre hegemónicos y pretendientes). Los sujetos participan, además, dotando a su práctica de intenciones variadas, lo que da cuenta de polisemias tanto hacia su propio ejercicio pictórico-interventivo como hacia las piezas creadas.

Los aportes de esta investigación se presentan en diversas líneas posibles:

- a) Para los estudios culturales con enfoque en la producción simbólica del espacio urbano en contextos fronterizos, esto a partir de una aproximación artístico-urbana que articula prácticas, participación y sentido en la construcción del paisaje.
- b) Para el estudio del espacio desde la perspectiva de las formas de apropiación-simbolización, evitando la sola ruta histórica como respuesta a los fenómenos al poner la centralidad en los sujetos que sin estar en una posición de poder intervienen y modifican las ciudades.
- c) Para estudios de sociología urbana y ciudadanía desde nociones como *el derecho a la ciudad*, contruidos a partir de posturas no colectivas, es decir, esta tesis permite identificar formas de participación en el espacio público que no provienen de lógicas tales como movilizaciones pero que pueden tener connotaciones sociales y políticas, ya sea con transgresión o diálogo.



- d) Para el estudio de las prácticas urbano-sociales con preeminencia en las experiencias, donde se destaca la importancia de no dissociar a los sujetos de sus condiciones contextuales concretas ni de la dimensión emocional, pues es ahí donde se construyen los sentidos (ideológicos, afectivos) de las prácticas.
- e) Para el estudio de las juventudes y su participación en la construcción significativa del espacio, pues pese a que el enfoque de esta tesis no es etario ni parte de un concepto de *juventud* abona a la comprensión de una práctica que tradicionalmente se ha entendido como emanada de identidades juveniles.
- f) Para el estudio de las discursividades frente al uso del espacio, con las perspectivas de las voces *legítimas* por su posición de poder y las voces *disidentes* por su postura a-hegemónica frente a un orden discursivo.

Además de reconocer que la comprensión del tema de estudio se puede enriquecer al incluir la perspectiva de participantes del *street art* con sentido ortodoxo de manera más presente (aquellos que solo marcan desde la clandestinidad), esta tesis abre otras líneas de investigación y nuevas interrogantes. Una de ellas es la perspectiva de género, aspecto que en esta investigación se aborda brevemente al mencionar las maneras de romper las reglas del juego, lo que permite pensar otras formas de analizar el mismo fenómeno. En el trabajo de campo fueron entrevistadas dos mujeres realizadoras de murales, y de ambas solo una interpreta las tensiones en el campo en términos de lucha de poder y dominación por condición de género. Ahora bien, en los hombres autores de murales contactados aparentemente no se superpone una identidad masculina como prescripción sobre la cual funciona el campo del *street art*, no obstante existen elementos que permiten construir nuevas hipótesis, particularmente con la ayuda del concepto capital simbólico, obtenido en el *street art* de principio mediante actos temerarios de marcaje, como denostación de valentía. ¿Es el campo del *street art* en Tijuana uno eminentemente masculino regido por lógicas patriarcales? ¿La incorporación de mujeres graffiteras o *street-artists* genera mayor defensa de los participantes hegemónicos por la conservación de los bienes del campo? ¿O se trata de un campo “flexible”? ¿Qué luchas entablan las mujeres por la legitimidad? ¿Reconfiguran su identidad de género o sus estrategias en la práctica?

Por otro lado, si bien la propuesta de esta tesis no es de tipo semiótico o de análisis estético, no se ignora que tal aproximación permitiría comprender al mural callejero a partir de sus elementos iconográficos-visuales, ubicando quizá al receptor de las piezas como un componente que otorgue nuevas luces al fenómeno. Esto podría investigarse desde acercamientos multidisciplinarios, tales como estudios de la visualidad, estudios estético-arquitectónicos, o estudios de la comunicación desde una perspectiva semiológica o de consumos culturales; también desde estudios del arte.

Finalmente, las paredes tienen voz, porque se marcan-modifican-transforman desde experiencias, sentidos, ideologías, relaciones, afectos y contextos concretos de quienes las intervienen; porque, además, es posible conocer qué mecanismos y lógicas operan detrás de cada marca intencional. Sería riesgoso agrupar a los sujetos que participan de este campo solo por inscribirse en una misma práctica sin analizar al fenómeno desde las particularidades de quienes participan de él, y sus búsquedas. Las paredes hablan y la ciudad (quien la habita-administra-vive-siente) escucha.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, Javier, 2010, “El papel de los medios en el desarrollo del arte urbano”, *Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte*, No. 12, Aragón, España, septiembre, sin páginas, en: <<http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=372>>
- Alvarez-Gayou, Juan Luis, 2003, *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Paidós, DF.
- Armstrong, Justin, 2005, “The contested gallery: Street art, ethnography and the search for urban understandings”, *AmeriQuests*, Vol. 2, No. 1, Estados Unidos, sin páginas, en <<http://ejournals.library.vanderbilt.edu/index.php/ameriquests/article/view/46/37>>
- Arreola, Judith [tesis de maestría], 2005, “El graffiti: expresión identitaria y cultural”, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, sin pie de imprenta.
- Ballaz, Xavier, 2009, “El graffiti como herramienta social. Una mirada psicosocial a las potencialidades críticas del arte urbano”, Cap. 3 Markez, Iñaki *et al.*, coords., *Violencia y salud mental, Salud mental y violencia institucional, estructural, social y colectiva*, Asociación Española de Neuropsiquiatría Estudios, España, pp. 131-144.
- Borja, Jordi, 1998, “Ciudadanía y espacio público”, *Ambiente y desarrollo*, Barcelona. Pontificia Universidad Javeriana, vol. XIV, No. 3, septiembre, pp. 13-22.
- Bourdieu, Pierre, 1988, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre, 1999, *Meditaciones pascalianas*. Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre, 2007a, “Espacio social y espacio simbólico. Introducción a una lectura japonesa de la distinción” en Pierre Bourdieu, *Capital cultural, escuela y espacio social*, Siglo XXI, México, pp. 23-40.
- Bourdieu, Pierre, 2007b, “Estructuras, habitus, prácticas” en Pierre Bourdieu, *El sentido práctico*, Siglo XXI Editores, Argentina, pp. 85-105.
- Bourdieu, Pierre, 2007c, “El capital simbólico” en Pierre Bourdieu, *El sentido práctico*, Siglo XXI Editores, Argentina, pp. 179-193.
- Bourdieu, Pierre, 2008, “Algunas propiedades de los campos” en Pierre Bourdieu, *Cuestiones de sociología*, Edición Akal, España, pp. 112-119.
- Burke, Peter, 2000, *Formas de la historia cultural*, Madrid, Alianza Editorial.
- Coffey, Amanda y Paul Atkinson, 2003, *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*, Medellín, Colombia, Universidad de Antioquia.
- Contreras, Camilo, 2006, “Paisaje y poder político: la formación de representaciones sociales y la construcción de un puente en la ciudad de Monterrey” en Lindón, Alicia *et al.*,

- coords. *Lugares e imaginarios en la metrópolis*, Anthropos Editorial y Universidad Autónoma Metropolitana. Barcelona-México DF, pp. 171-186.
- Cruces, Francisco, 2010, *Símbolos en la ciudad. Lecturas de antropología urbana*, UNED, Madrid.
- De Certeau, Michel et al, 2007, *La invención de lo cotidiano I Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana-Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México.
- Delgadillo, Marco Antonio y Alfredo Rico, 2008, “El muralismo mexicano, arte al servicio de la nación”, *La Gaceta*, México, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño UDG, julio, pp. 6.
- Di Cione, Vicente, 2006, *Nociones básicas de P. Bourdieu: campo, habitus, illusio y capital simbólico*. UBA-FFyL-Departamento de Geografía, pp. 1-13, en: <[http://www.planificacion.geoamerica.org/textos/bourdieu\\_nociones.pdf](http://www.planificacion.geoamerica.org/textos/bourdieu_nociones.pdf)>, consultado el 10 de septiembre de 2013.
- Díaz del Castillo, Bernal, 2003, *Historia verdadera de la conquista de la Nueva España*, México.
- Dorta, Amanda, 2011, “Street art o la revolución del graffiti”, *Suite101*, sin páginas, en: <<http://suite101.net/articulo/street-art-o-la-revolucion-del-graffiti-a48145>>, consultado el 31 de octubre de 2012.
- Ferguson, Aaron K. [tesis de maestría], 2013, “The History and Migration of Graffiti from Urban Space to Public Galleries”, Estados Unidos, Universidad Estatal de Nueva York, Facultad de la Escuela de Graduados de la Universidad de Buffalo, sin pie de imprenta.
- Fernández, José Manuel, 2013, “Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu”, *Papers*, España, Universidad Complutense de Madrid, pp. 33-60.
- Figueroa-Saavedra, Fernando, 2007, “Estética popular y espacio urbano: el papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio”, *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, España, Instituto de Lengua, Literatura y Antropología, vol. LXII, no. 1, pp. 111-144.
- Galindo, Jesús, 1998, “Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social”, en *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, Pearson, México, pp. 277-345.
- Ganz, Nicholas, 2008, *Graffiti: arte urbano de los cinco continentes*, Editorial Gustavo Gil S.L., España.
- Giner, Salvador, et. al., 2002, *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid.
- Giller, Sarah, 1997, “Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape”, *Artcrime*, sin páginas, en: <<http://www.graffiti.org/faq/giller.html>>, consultado el 7 de septiembre de 2012.

- González, Fernando, 2006, “Los procesos de construcción de información pesquisa cualitativa orientada para epistemología cualitativa”, Cap. IV, en *Investigación cualitativa y subjetividad*, ODHAG, Guatemala, pp. 147-244.
- Goode, William y Paul Hatt, 1988, “Elementos fundamentales del método científico: los conceptos” en *Métodos de Investigación Social*. Ed. Trillas, pp 57-74.
- Gravano, Ariel, 2003, *Antropología de lo barrial: estudios sobre producción simbólica de la vida urbana*, Espacio Editorial , Buenos Aires.
- Hernández, Pablo, 2008, *La historia del graffiti en México*, México, Imjuve.
- Herrera, Martha y Vladimir Olaya, 2011, “Ciudades tatuadas: arte callejero, política y memorias visuales”, *Nómadas*, Colombia, Centro de Investigaciones de la Universidad Pedagógica Nacional, No. 35, pp. 98-116.
- Klein, Ricardo, 2012, “Art and Street Art: tensions and approaches”, 7ma Conferencia de la red de investigación sociológica de las artes. Australia.
- Kuroda, Fernanda, 2008, *¿Qué dicen las paredes?*, Fundación Walter Benjamin, Argentina.
- Lara, Xóchitl [tesis de maestría], 1990, “Chicanismo histórico y expresión contemporánea”, México, Universidad de las Américas, sin pie de imprenta.
- López, Ángela, 1998, “El arte de la calle”, *Reis (Revista Española de Investigaciones Sociológicas)*, España, Centro de Investigaciones Sociológicas, No. 84, pp. 173-194.
- Lindón, Alicia *et al.*, 2006, “De la espacialidad, el lugar y los imaginarios urbanos: a modo de introducción” en Lindón, Alicia *et al.*, coords., *Lugares e imaginarios en la metrópolis*, Anthropos Editorial y Universidad Autónoma Metropolitana. Barcelona-México DF, pp. 9-25.
- Lindón, Alicia, 2009, “La construcción socioespacial de la ciudad: el sujeto cuerpo y el sujeto sentimiento”, *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, Argentina, Red Latinoamericana de Estudios Sociales sobre las Emociones y los Cuerpos, No. 1, diciembre, pp. 6-20.
- Maxcy, Spencer, 2003, “Pragmatic threads in mixed methods research in the social sciences: the search for multiple modes of inquiry and the end of philosophy of formalism”, Sección I, Segmento 2, en Tashakkori, Abbas y Charles Teddle, *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*, SAGE Publications, EU, pp. 51-89.
- Meichsner, Sylvia, 2007, “El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu”, *Iberoforum Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, México, UIA, Vol. 2, primavera, pp. 1-22.
- Mora, Liliana [tesis de maestría], 2009, “El graffiti como cultura artística transfronteriza. Poliniza 2008 un caso de estudio”, España, Universidad Politécnica de Valencia, sin pie de imprenta.

- Nel.lo, Oriol, 2007, “La ciudad, paisaje invisible”, en Nogué, Joan (ed.), *La construcción social del paisaje*, Biblioteca Nueva, Madrid, pp. 183-198.
- Nogué, Joan y Jordi de San Eugenio, 2011, “La dimensión comunicativa del paisaje, una propuesta teórica y aplicada”, *Revista de Geografía Norte Grande*, No. 49, España, pp. 25-43.
- Pol, Enric y Tomeu Vidal, 2005, “La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares”, *Anuario de Psicología*, vol. 36, Facultat de Psicologia, Universitat de Barcelona, pp. 281-297.
- Romero, Sonia, 2003, “Prefacio”, en Gravano, Ariel, *Antropología de lo barrial: estudios sobre producción simbólica de la vida urbana*, Espacio Editorial, Buenos Aires, pp. 7-10
- Sánchez, Jorge [tesis de maestría], 2010, “La construcción simbólica del paisaje urbano: la disputa por la significación del graffiti en Tijuana”, México, El Colegio de la Frontera Norte y Universidad Autónoma de Baja California, sin pie de imprenta.
- Sánchez, Jorge, 2013, “Trepes, bombas y piezas: transgresiones diferenciadas” en Valenzuela, José Manuel, coord., *Welcome Amigos to Tijuana. graffiti en la frontera*, México, Editorial RM.
- Sapir, Edward, 1934, “Symbolism”, *Encyclopaedia of the Social Sciences*, Nueva York, 492-495, en <[https://www.brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir\\_1934\\_a.html](https://www.brocku.ca/MeadProject/Sapir/Sapir_1934_a.html)>
- Sayer, Andrew, 1985, “The difference that space makes”, en Gregory, Derek y John Urry, *Social Relations and Spatial Structures*, St. Martin’s Press, Nueva York, EU, 50-66.
- Schaff, Adam, 1974, “Los hechos históricos y su elección”, Cap. 1, en Schaff, Adam, *Historia y verdad*. México, Grijalbo, pp. 243-373.
- Sebeok, Thomas, 1996, *Signos: una introducción a la semiótica*, Paidós Comunicación.
- Selltiz, Claire et al., 1980, “Selección y formulación de un problema de investigación” en *Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales*. Ed. Rialp. Madrid, 80-115.
- Serfaty-Garzon, Perla, 1985, “Experience and Use of the Dwelling”, *Home Environments Human Behavior and Environment. Advances in Theory and Research*, Vol. 8, Nueva York, Plenum Press, pp. 65-86, en <<http://www.perlaserfaty.net/texte3.htm>>
- Serfaty-Garzon, Perla, 2003, “L’appropriation de la demeure”, Cap. III, en *Chez soi Les territoires de l’intimité*, Armand Colin, Paris, pp. 89-105.
- Simmel, Georg, 1998, *El individuo y la libertad*, Ediciones Península, Barcelona.
- Spiegel, Gabrielle, 2005, “Introduction”, Spiegel, Gabrielle edit., *Practicing history. New directions in historical writing after the linguistic turn*, Routledge, New York. pp. 1-31.
- Valenzuela, José Manuel, 1997, *Vida de barro duro. Cultura popular juvenil y graffiti*. Universidad de Guadalajara. El Colegio de la Frontera Norte.

Valenzuela, José Manuel, 2013, *Welcome amigos to Tijuana: graffiti en la frontera*. México. Editorial RM.

Visconti, Luca *et al.*, 2010, “Street Art, Sweet Art? Reclaiming the ‘Public’ in Public Place”, *Journal of consumer research*, Estados Unidos, University of Chicago Press, vol. 37, octubre, sin páginas.

## ANEXOS

### ANEXO 1 – Operacionalización

Concepto	Dimensión	Componentes	Indicadores
Participación	Experiencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividad laboral actual</li> <li>- Formación profesional</li> <li>- Pertenencia a <i>crews</i></li> <li>- Experiencia en galerías</li> <li>- Inicio en la práctica</li> <li>- Forma de intervenir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tipo de trabajo</li> <li>-Área de conocimientos</li> <li>- Antigüedad</li> <li>-Lugares donde ha expuesto</li> <li>-Antigüedad</li> <li>-Legal / Ilegal</li> <li>-Autofinanciada</li> <li>-Por contrato</li> <li>-Por becas</li> </ul>
	Simbólica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autodefinición</li>   <li>- Pseudónimo</li>   <li>- Interés en la práctica</li>   <li>- Noción de la ciudad</li>   <li>- Noción del “otro”</li>   <li>- Influencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Categorías (Graffitero, Artista, Artista urbano, Muralista, Neomuralista, Pintor, Street artist)</li>   <li>-Construcción compleja / Construcción simple</li>   <li>-Personal / Social</li>   <li>-Valoración frente a la publicidad</li>   <li>-“Graffitero” vs “Artista urbano”</li>   <li>-Muralistas mexicanos / Graffiti <i>Old school</i> / otros</li> </ul>

Concepto	Dimensión	Componentes	Indicadores
Práctica interventiva (de paredes)	Material	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas</li>   <li>- Materiales</li>   <li>- Lugares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de Cartel, Esténcil, Pegatina, Stickers.</li> <li>- Predilección por lo Textual – Letras / Pictórico – Personajes</li>   <li>- Uso de Aerosol, Acrílico, Brocha / Rodillo, Papel.</li>   <li>- Asignados (por contrato)</li> <li>- Apropriados (por gestión)</li> </ul>



	Simbólica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Significados de su práctica</li> <li>- Significados atribuidos a la noción graffiti</li> <li>- Significados atribuidos a la noción <i>street art</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intención Estética / Decorativa, Territorial, Subversiva, Transgresora, de Saneamiento, Educativa, de Consciencia social</li> <li>- Tipo de Valoración: positiva / negativa</li> </ul>
--	-----------	--	---

Concepto	Dimensión	Componentes	Indicadores	Observables
Capital	Cultural	Institucionalizado  Objetivado  Incorporado	Títulos con relación a la creatividad  Recursos materiales y usos  Saberes previo al ingreso al campo	Estudios en áreas de: Diseño gráfico / Arquitectura / Artes plásticas  Proyector / Plataformas en internet  Manejo de materiales y técnicas
	Social	Redes sociales	Con artistas plásticos Con graffiteros / <i>crews</i> Con diseñadores gráficos Con instituciones	
	Simbólico	Discursivo	Recurrencia a nociones como:  Reconocimiento Mérito Notoriedad	-Cantidad de “pintas” -Visibilidad de las piezas -Visibilidad en medios -Complejidad de las piezas -Si les rayan los murales

## ANEXO 2 – Comunicado de prensa



AYUNTAMIENTO  
DE TIJUANA | INSTITUTO MUNICIPAL DE  
ARTE Y CULTURA

## COMUNICADO DE PRENSA

### FOMENTA IMAC LA REHABILITACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS A TRAVÉS DEL ARTE

\*\*\* Este día se inauguró el mural de arte urbano que se encuentra en la barda perimetral de la Casa de la Cultura de Tijuana y en la escalinata de la Rampa Altamira

\*\*\* Se contó con la participación y la presencia de instituciones educativas, artistas de la ciudad y representantes de los tres órdenes de gobierno

**Tijuana B. C., a 20 de febrero de 2014.-** Con el objetivo de impulsar la creación de mejores espacios de convivencia para la comunidad, el Ayuntamiento de Tijuana -mediante el Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMAC)-, inauguró este día el mural de arte urbano que se encuentra en la barda perimetral de la Casa de la Cultura y en la escalinata de la Rampa Altamira.

Durante el acto protocolario de apertura, la regidora Irma Salgado González, presidenta de la Comisión de Educación, Cultura y Bibliotecas, expuso que -en atención al interés de presidente municipal, el doctor Jorge Astiazarán Orcí-, el gobierno de la ciudad ha desarrollado actividades enfocadas a fomentar la rehabilitación de espacios públicos, procurando en éstos la representación de expresiones artísticas de todo tipo.

“Agradecemos al IMAC y al Ayuntamiento de Tijuana por brindar las áreas necesarias para que los artistas de la ciudad expresen esta visión de su localidad; sin duda, esto es un incentivo para que la comunidad se una al gobierno con este tipo de propuestas y juntos procuremos la regeneración de este tipo de lugares”, indicó la regidora.

La funcionaria municipal reiteró que el gobierno de la ciudad continuará abriendo zonas de uso común para la representación artística realizada por jóvenes, en un esfuerzo por lograr generaciones de tijuanaenses interesados en mejorar y cuidar su entorno.

Durante un recorrido que se llevó a cabo por toda la obra, los artistas Shekz, Thesker, Argus Chile Rage Crew y Nonoclandé explicaron que los murales que se encuentran en la barda de la Casa de la Cultura de Tijuana están dirigidos a representar las artes que este recinto ha albergado, tales como la pintura, la literatura, el teatro y la danza.

Entre las obras, destaca un mural con el rostro difuminado de Octavio Paz y otro con un fragmento de su poema “Hermandad”, como una forma de honrar su memoria por parte del IMAC y de la comunidad artística de la ciudad, ya que en marzo de este año se cumple un centenario de su natalicio.

Cabe destacar que este proyecto responde a la inquietud de los jóvenes tijuanaenses, quienes buscan obtener más espacios públicos para convertirlos en foros de exhibición, y mostrar la cara urbana y contemporánea de esta frontera.

A este evento también asistió el delegado del Centro, Daniel Romero Mejía; la subdirectora de IMAC, Ava Ordorica Canales; los regidores Luis Felipe Ledezma Gil, presidente de la Comisión de Protección al Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable; y Héctor Reginaldo Riveros Moreno, titular de la Comisión de Desarrollo Económico; además de Jesús Estrada Gálvez, coordinador de Comercialización del Instituto Municipal del Deporte (Imdet); y Ana Luisa Ley, en representación del Secretario de Turismo del Estado, Oscar Escobedo Carignan.

—o O o—

### ANEXO 3 – Fotos de murales borrados por el Ayuntamiento de Tijuana

Información tomada de San Diego Reader online:

<http://www.sandiegoreader.com/news/2014/jul/27/stringers-tijuana-street-art-disrespected/#>

Nota publicada en 27 de julio de 2014 por Matthew Suárez, sin crédito de fotógrafo.

Éstas son algunas de las imágenes que registran el daño a algunos los murales por el XXI Ayuntamiento de Tijuana. Todos los murales que aquí se presentan se ubican en la Zona Río rumbo a la Garita de San Ysidro, y como se puede apreciar fueron parcialmente borrados (y algunos graffiteados sobre el espacio pintado por el ayuntamiento). En otros casos, los murales fueron completamente borrados.

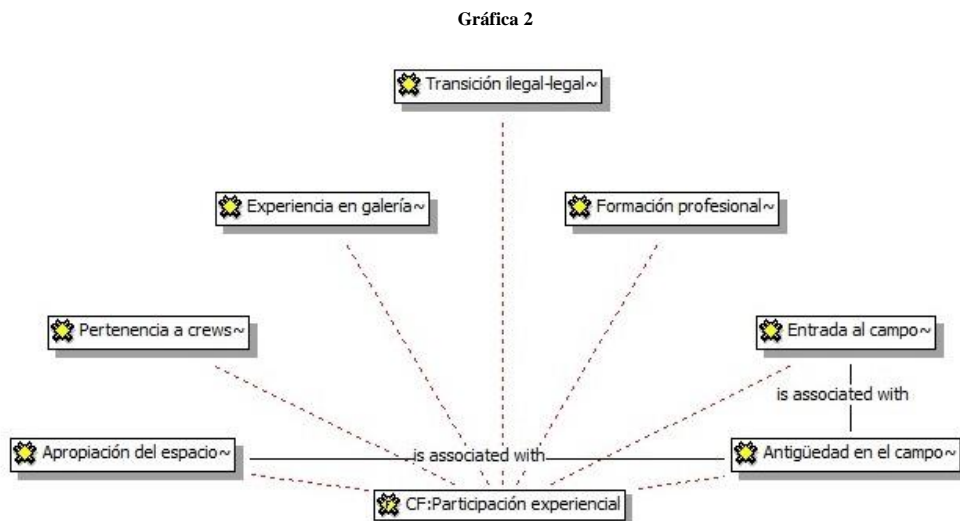
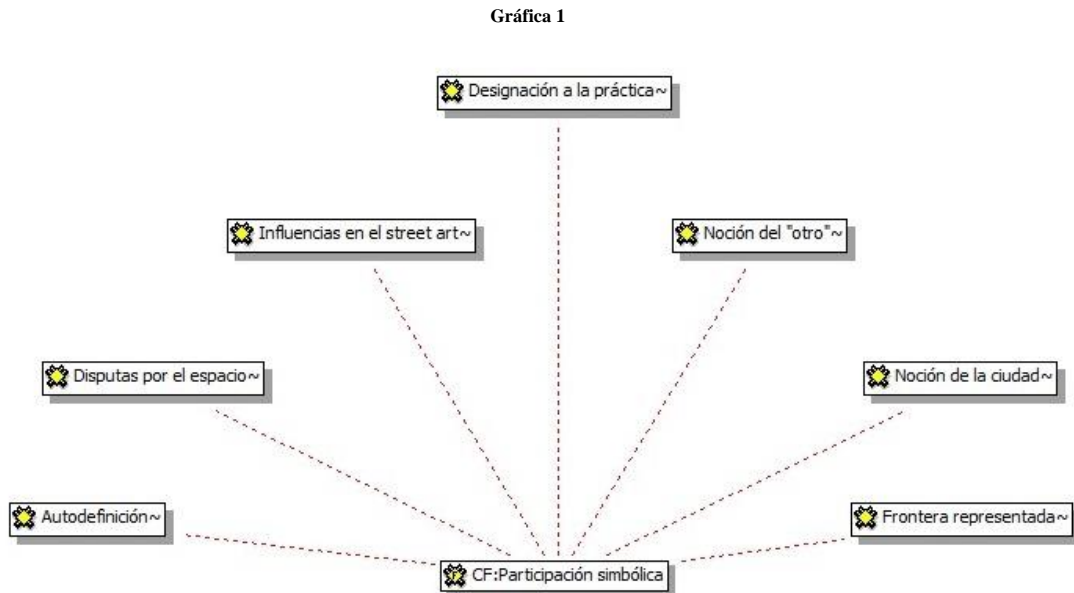






## ANEXO 4 – Gráficas de familias de códigos

Las familias de códigos nombradas *Participación simbólica* (gráfica 1) y *Participación experiencial* (gráfica 2<sup>47</sup>) que se presentan a continuación son generadas por Atlas ti, por lo que la relación establecida en la gráfica 2 aparece en idioma inglés.



<sup>47</sup> En la gráfica 2 se indican relaciones con 'is associated with', que significa 'se asocia con'.

**ANEXO 5 – Boceto para mural sobre la lactancia materna**

Apoya nuestra campaña para recaudar fondos para el mural de Lactancia Materna por la artista Ariana Escudero.

Support our fundraising campaign for the Breastfeeding Mural in Tijuana by artist Ariana Escudero.



[www.indiegogo.com/projects/breastfeeding-mural-in-tijuana](http://www.indiegogo.com/projects/breastfeeding-mural-in-tijuana)



En México puedes donar a la cuenta OXXO TRANSFER  
BANAMEX 4766 8400 1973 0691

La autora es Licenciada en Comunicación, por la Escuela de Humanidades (ahora Facultad) de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), campus Tijuana, y se ha desempeñado en el periodismo impreso desde 2004 con cargos como editora, reportera, fotógrafa y asistente editorial. También ha sido articulista en la revista digital de reflexión latinoamericana Distintas Latitudes (.net) desde 2010, entre otras. Ha presentado ponencias en México con su tema de tesis aprobadas por dictamen. Egresada de la Maestría en Estudios Culturales de El Colegio de la Frontera Norte (2012-2014).

Correo electrónico: [melina.amao@gmail.com](mailto:melina.amao@gmail.com)

*© Todos los derechos reservados. Se autorizan la reproducción y difusión total y parcial por cualquier medio, indicando la fuente.*

Forma de citar:

Amao Cenicerros, Melina (2014). “Paredes que hablan: la producción simbólica del espacio urbano a través del street art en Tijuana”. Tesis de Maestría en Estudios Culturales. El Colegio de la Frontera Norte, A.C. México. 159 pp.