

**EL GRAFFITI EN BOGOTÁ, UN NUEVO MOVIMIENTO SOCIAL Y LA
CONSTRUCCIÓN DE SU IDENTIDAD POLÍTICA**

PABLO ALEJANDRO AFANADOR BAQUERO

**UNIVERSIDAD EL BOSQUE
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
BOGOTÁ D.C., 2020**

**EL GRAFFITI EN BOGOTÁ, UN NUEVO MOVIMIENTO SOCIAL Y LA
CONSTRUCCIÓN DE SU IDENTIDAD POLÍTICA**

Monografía para optar al título de Politólogo

PABLO ALEJANDRO AFANADOR BAQUERO

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

FELIPE HIGUERA ANGULO

**UNIVERSIDAD EL BOSQUE
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y POLÍTICAS
PROGRAMA DE CIENCIA POLÍTICA
BOGOTÁ D.C., 2020**

A mi familia.

*A Suber, Shuk, Skill, Inger, Thug, Jefco, Teur, Tripido, Nytro, Brusko, Reefa, y todos
aquellos que han entregado toda una vida al graffiti.*

AGRADECIMIENTOS

Sólo resta agradecer a las personas que de una u otra manera han estado presentes durante este proceso. A mi familia por su trabajo y ser siempre mi soporte. A mis amigos que me han acompañado en este logro. A mis profesores Felipe Higuera Angulo, Pedro Rojas Oliveros y Alejandro Sánchez Lopera, quienes me apoyaron en la formulación, dirección, corrección y construcción de este trabajo pese a todas las dificultades. A Stinkfish, Camilo Fidel López, Carsal, Skore999 y Alice por brindarme parte de su tiempo, palabras e ideas que fueron indispensables para esta investigación. Por último, a toda la escena del graffiti bogotano, a cada escritor y escritora que la componen y se mantienen activos en las calles a pesar de todo, quienes se encargaron de despertar en mí la curiosidad por entender esta colectividad.

Rayar las paredes en la infancia nunca fue de agrado para el deseo de quienes quieren mantener el orden, símbolos que representan un sistema fortalecido por dogmas de lo supuestamente correcto; con el tiempo nos vimos cautivados por rayones un poco más que intencionales, una competencia por destacar, o sencillamente permanecer.

[...] Rayar en las calles nunca será dócil, mucho menos aceptable, así que: ¿Cuál es la diferencia en este tiempo? [...] hoy es tan inaceptable como en el pasado y como lo será en el futuro, por eso el juego permanece manteniendo su esencia.

Saks (2020)

Contenido

Introducción.....	1
1. El reparto de lo sensible, el caso de Bogotá.....	6
1.1. La muerte del espacio público: cuerpos móviles, sujetos de consumo y el origen de una resistencia.....	8
2. La construcción de una identidad política	19
2.1 La industria cultural: policía y antagonista	20
2.2. <i>Nosotros</i>, trazando una frontera	23
2.2.1. El graffiti como una práctica estética.....	27
2.2.1.1. Devenires anónimos y clandestinos	33
3. Construyendo movimiento y generando política: acción colectiva y cambios culturales.	37
Conclusiones	48
Bibliografía	51
Anexos	59

Introducción

El 19 de agosto de 2011 en Bogotá murió Diego Felipe Becerra Lizarazo, también conocido como Tripido, un joven escritor de graffiti de 16 años que recibió un disparo a quemarropa en la espalda por parte de Wilmer Alarcón Vargas, patrullero de la Policía Nacional y prófugo de la justicia, en el puente de la Calle 116 con Avenida Boyacá mientras pintaba. El crimen fue encubierto por los altos mandos de la Policía con el fin de hacer ver a Diego como un delincuente (Rodríguez, 2019). Luego de este incidente se puede evidenciar un cambio en el cual pareciera que se reconociera el valor cultural, turístico y/o político de esta manifestación que le ha abierto las puertas a lo que se conoce como el arte urbano.

Con la relevancia que ha adquirido el graffiti a lo largo de los años ha sido posible evidenciar que ha pasado de ser sólo una práctica urbana para convertirse en un nuevo movimiento social en Bogotá. Partiendo de la definición que da el sociólogo Manuel Castells (2017) de los movimientos sociales que, a diferencia de los movimientos políticos que hacen una reacción directa al poder del Estado o las organizaciones políticas y poseen una estructura determinada, estos son descentralizados y fundamentalmente culturales porque producen nuevas ideas y proyectos para la organización de la sociedad, es decir, buscan cambios sociales y/o culturales que se manifiestan en cambios políticos, legales o en la opinión pública.

El graffiti en Bogotá ha generado diferentes cambios que se evidencian en la importancia del tema en la opinión pública y la atención que ha recibido en los diferentes medios de comunicación masiva, la creación de proyectos de iniciativa ciudadana como Bogotá Graffiti Tour desde el año 2011 (Cabrera, 2017), la galería Visaje Graffiti, el surgimiento de plataformas como Puro Veneno que realiza denuncias políticas y sociales por medio del graffiti, entre otros. El graffiti ha generado cambios culturales que se reflejan en una serie de cambios políticos y legales como la creación del Decreto 75 del 2013 de la Alcaldía Mayor de Bogotá “por el cual se promueve la práctica artística y responsable del graffiti en la ciudad y se dictan otras disposiciones” o en ser tema de discusión presente e importante en los planes y acciones de la alcaldía de Gustavo Petro (2012-2015) y Enrique Peñalosa (2016-2019) con la financiación de murales de mediano y gran formato, y la creación de destinos turísticos de arte urbano como lo es Distrito Graffiti en la localidad de Puente Aranda, entre otras acciones. Sin embargo, cada movimiento posee una

identidad particular que agrupa las motivaciones, necesidades y acciones de sus miembros. En ese sentido ¿cómo se configura la identidad política del graffiti en Bogotá como movimiento social?

La identidad se entiende como una serie de atributos culturales, es una fuente de sentido (Castells, 2001). ¿Qué es el sentido? “la identificación simbólica que realiza un actor social¹ del objetivo de su acción” (Castells, 2001, p. 29). Aunque las identidades colectivas no son discretas, homogéneas y bien delimitadas (Giménez, 2005), porque existe una pluralidad de identidades en su interior –que en muchos casos generan tensiones dentro del mismo movimiento–, pero a pesar de eso están moldeadas por un discurso común (Castells, 2001).

La identidad es la cultura interiorizada por parte de los sujetos en una función diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos (Giménez, 2011), en ese sentido y al estar estrechamente vinculadas vale la pena preguntarse ¿qué es la cultura? Se define como las pautas de significado y se restringe al ámbito de los hechos simbólicos (Giménez, 2011). Es la forma en la que las relaciones sociales de un grupo se estructuran y moldean, y a su vez son capaces de ser experimentadas, entendidas e interpretadas (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014). Cada grupo, unidad o colectivo político actúa con respecto a unas condiciones iniciales que brinda la cultura y por medio de esas acciones es que se reproduce ella misma (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014).

La cultura es el modo de vida particular y distintivo de una colectividad y sus significados, valores e ideas porque es capaz de moldear la existencia de los diferentes grupos porque también son capaces de limitar, modificar y constreñir la forma en la que viven los individuos (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014). Sin embargo, no todos los significados son culturales, sólo los que son compartidos y relativamente duraderos a nivel individual o histórico en términos generacionales (Giménez, 2011). Este nuevo movimiento que es el graffiti, a pesar de ser tan diverso y difuso, posee una identidad colectiva principal y política que es identificable y aglutina las motivaciones y valores de sus miembros.

De esta manera y a partir de este concepto el objetivo general trazado es identificar, caracterizar y explicar por medio de fuentes empíricas y teóricas la identidad colectiva y política del graffiti en Bogotá, junto con los hechos concretos que lograron construirlo como un movimiento social. Se debe tener en cuenta que las identidades, como lo señala el politólogo Iñigo Errejón (2011), no son algo natural y por el contrario son un proceso de construcción a partir de la

¹ “El concepto de actor se refiere a distintos sujetos de la acción: actores individuales, actores colectivos, organizaciones, instituciones y redes.” (Castells, 2009, p. 34).

articulación de sus elementos resultantes que componen el discurso como una narrativa que le da sentido político a estos grupos y sus reivindicaciones, los cuales son:

1. La figura de un “nosotros” que padece una problemática.
2. La figura de un “ellos” o “contrario” que es el responsable de esa injusticia.
3. Una propuesta de solución que es percibida como alcanzable.
4. Unas motivaciones, referentes, aglutinantes simbólicos y/o atributos culturales en los que se fundamentan y justifican las acciones realizadas por una colectividad.

En ese orden de ideas, para cumplir con el objetivo planteado y siguiendo la propuesta teórica –y metodológica– de Errejón (2011), los objetivos específicos serán: identificar la problemática que sufre este movimiento explicada a partir del concepto de reparto de lo sensible expuesto por Rancière (1996). Delimitar y caracterizar la figura del *ellos* y *nosotros* que es fundamental para describir la identidad, se hará a partir de una caracterización de los atributos culturales que contribuyen a la construcción de la narrativa política y contracultural del graffiti. Por último, a partir de una breve descripción de la historia del graffiti en Bogotá, principalmente desde inicios de la década de los 2000 hasta el año 2019, determinar las acciones y momentos que lograron consolidarlo como un movimiento social y los cambios culturales que generó y se ven reflejados en cambios legales, políticos, de opinión pública y/o proyectos económicos.

El presente estudio emplea metodologías cualitativas, específicamente el análisis político constructivista y entrevistas semiestructuradas. El análisis político constructivista es entendido como “el examen de las prácticas de atribución de sentido a hechos sociales y su articulación en narrativas ordenadoras de las actitudes es, en efecto, muy pertinente para el estudio del cambio político” (Errejón, 2011, p. 6). Esta propuesta metodológica propone un estudio dinámico de los hechos y actores sociales porque deben ser interpretados como resultado de una articulación y construcción a partir de diferentes factores (Errejón, 2011). Por ello, cuando se habla de política es “el compendio de prácticas de institución de sentido, cuyos resultados son siempre contingentes o, en otras palabras, no son nunca la expresión natural y necesaria de ningún hecho social” (Errejón, 2011, p. 3).

El análisis político constructivista permite comprender los alineamientos que configuran y reconfiguran el campo político de la sociedad no son producto de una condición natural, sino que por el contrario es resultado de prácticas de construcción (Errejón, 2011). A partir de esta

metodología va a ser posible entender el terreno de lo político como un terreno de luchas de poder² y propone identificar las narrativas y discursos que componen a una colectividad y su identidad (Errejón, 2011). Teniendo presente que, como sustenta Errejón (2011), una identidad se configuran gracias a un proceso de construcción que articula los elementos resultantes mencionados anteriormente y son los que construyen las fuentes de sentido que permiten los procesos de identificación colectiva. Entender el graffiti sólo como una manifestación en el espacio público no permite explicar del todo cómo ha sido capaz de influir en diferentes esferas y ámbitos en Bogotá como ya se ha explicado, es el análisis político el que permitirá entender su identidad política y cómo esa transformación en movimiento social es el resultado de unos hechos y prácticas específicas e identificables.

Por otro lado, las entrevistas, como lo explica el antropólogo Eduardo Restrepo (2016), permiten y facilitan el acceso a las percepciones y valoraciones que tienen los entrevistados sobre sus situaciones o prácticas, así como sus motivaciones, problemáticas e ideas en general. Para esta investigación se realizaron cinco entrevistas semi estructuradas a diferentes personas con diversos perfiles y ocupaciones, pero que están relacionadas con el graffiti. A Camilo Fidel López, abogado y director creativo de Vértigo Graffiti, una industria creativa de arte urbano. A Stinkfish, uno de los primeros y más reconocidos exponentes del graffiti en Bogotá y diseñador gráfico. A Carsal, artista gráfico y activista, miembro del colectivo gráfico y político Pirotecnica Negra. A Skore999, uno de los escritores de graffiti más activos y relevantes de la capital, y artista plástico; y a Alice, una artista gráfica y escritora que ha dedicado gran parte de su vida a hacer graffiti.

La construcción del soporte teórico de esta investigación ha sido a partir de la obra “El desacuerdo, política y filosofía” (1996) del filósofo francés Jacques Rancière. La perspectiva de este académico es relevante para este análisis político constructivista por la definición que da sobre la política y el papel político de las prácticas estéticas. ¿Qué es la política? Rancière (1996) la define como un momento que “[...] existe cuando el orden natural de la dominación es interrumpido por la institución de una parte de los que no tienen parte” (p. 47). Para que exista política es necesario que exista un estatus quo que imposibilita la participación real de todos los actores sociales en la toma de decisiones y/o reparto de espacios. La política es ese instante en el

² El poder es la capacidad relacional que permite que un actor social influya en las decisiones y acciones de otros favoreciendo su voluntad, interés y valores de una forma asimétrica, es decir, en las relaciones de poder siempre hay un mayor grado de influencia de un actor sobre el otro.” (Castells, 2009, p, 34). Sin embargo, como señala Castells (2009), existe la posibilidad de ejercer resistencia que ponga en entredicho la relación de poder.

que se inscribe igualdad entre los sujetos sin parte en lo sensible por medio de diferentes acciones logran intervenir y reconfigurar ese orden injusto para ganar una parte en esa división de los espacios e identidades de la sociedad. Es ahí donde el grafiti ocupa un papel importante, especialmente en el contexto de Bogotá, al ser capaz de construirse como un movimiento social contracultural que desafía el orden de lo sensible y ve una alternativa en la intervención constante del espacio público.

Con respecto a los movimientos sociales, se emplea la definición propuesta por Manuel Castells (2017) que fue explicada anteriormente. Se debe tener presente que una colectividad sólo llega a ser movimiento a partir de tres características: un proyecto esencial que tiene la capacidad de transformar a las personas en protagonistas de sus propias vidas, la solidaridad que genera en interior y la independencia con la que cuenta, apartándose de todo proyecto tradicional (Castells, 2012); y teniendo presente que todo movimiento se consolida como tal gracias a la acción colectiva, definida como acciones que reivindican diferentes valores o ideas con el objetivos de desafiar y, en algunos casos, despertar solidaridad en la sociedad, situaciones y culturas políticas (Tarrow, 1994). El sociólogo Sidney Tarrow (1994) propone cuatro pilares fundamentales para describir e identificar los movimientos sociales que son: i. Desafío colectivo, es una disrupción a partir de una acción que suele ser más común en lo público que se realizar por medio de acciones colectivas en contra de alguien o algo con el objetivo de lograr una resistencia personal coordinada y/o una reafirmación de nuevos valores. ii. Objetivo común, el cual permite que las personas se arriesguen por una razón gracias a unas problemáticas, necesidades, ideas y valores comunes. iii. Solidaridad, la cual logra el reconocimiento y la estimulación que se necesita para participar en las acciones del movimientos; iv. Mantenimiento de la acción colectiva que se traduce en una relación constante con el antagonista.

1. El reparto de lo sensible, el caso de Bogotá

El modo más cómodo de conocer una ciudad es averiguar cómo se trabaja en ella, cómo se ama y cómo se muere.

Camus (1984, p. 7)

Para realizar la caracterización de una identidad colectiva a partir del análisis político constructivista es necesario partir del hecho que se construyen y configuran a partir del padecimiento de una problemática (Errejón, 2011) que da origen a su desafío y objetivo común. Además, los movimientos sociales urbanos constituyen un “sistema de prácticas sociales contradictorias que controvierten el orden establecido a partir de las contradicciones específicas de la problemáticas urbana” (Castells, 1997, p. 3). ¿Qué es la problemática urbana? Castells (1997) la define como a “una serie de actos y situaciones de la vida cotidiana cuyo desarrollo y características dependen estrechamente de la organización social general” (p. 3), de tal forma que una problemática puede ser desde los problemas de acceso a la vivienda, hasta las prácticas cotidianas en la vida urbana que son reproducidas por una cultura dominante como ocurre en el caso del graffiti.

La identidad, como lo explica el análisis político, es un proceso de construcción que inicia en el padecimiento de una problemática, al ser identificada será posible caracterizar y entender de las necesidades, motivaciones, ideas y prácticas que se articulan para moldear y dar sentido político a la narrativa de una colectividad, pues cada uno de estos elementos tiene origen en esta. En ese orden de ideas, en este capítulo se hará la identificación de esa problemática que configura el *nosotros*, un reparto de lo sensible en Bogotá configurado por una cultura dominante que determina los modos de ser y actuar de los diversos actores sociales y espacios de la ciudad. Se debe partir de la definición del reparto de lo sensible, Rancière (2009) lo define como:

ese sistema de evidencias sensibles que al mismo tiempo hace visible la existencia de un común y los recortes que allí definen los lugares y las partes respectivas. [...] Esta repartición de partes y de lugares se funda en un reparto de espacios, de tiempos y de formas de actividad que determina la manera misma en que un común se ofrece a la participación y donde los unos y los otros tienen parte en este reparto. (p. 9)

Es decir, el reparto de lo sensible es el lugar donde se indica y se hace evidente los espacios y acciones que le corresponde a cada sujeto, pero también los posibles límites que puede encontrar en su ejercicio. Sin embargo, ese reparto puede darse de dos formas: la policía y la política.

La policía en este caso no se debe entender como la baja policía, es decir, no es aquel agente uniformado que patrulla día a día la ciudad (Rancière, 1996, p. 44). La policía debe entenderse como la ley que define la parte o ausencia de ella que le corresponde a cada sujeto en lo sensible.

La policía es primeramente un orden de los cuerpos que define las divisiones entre los modos del hacer, los modos del ser y los modos del decir, que hace que tales cuerpos sean asignados por su nombre a tal lugar y a tal tarea; es un orden de lo visible y lo decible que hace que tal actividad sea visible y que tal otra no lo sea, que tal palabra sea entendida como perteneciente al discurso y tal otra al ruido. (Rancière, 1996, p. 44)

Lo que expresa esto es que esa división policial indica qué sujetos o grupos tienen parte en lo sensible, esa distribución de los lugares e identidades que determina qué es visible e invisible, y quién posee voz y palabra o sólo hace ruido (Rancière, 2012, p. 34). La policía determina qué sujetos no tienen parte en lo sensible porque los considera incapaces de participar en las decisiones que deberían ser comunes.

En contraposición a la policía se encuentra la política, que es “la que rompe la configuración sensible donde se definen las partes y sus partes o su ausencia por un supuesto que por definición no tiene lugar en ella: la de una parte de los que no tienen parte.” (Rancière, 1996, p. 45). En lo sensible hay dos tipos de sujetos, los que gozan de la riqueza de las partes y los que no, Rancière (1996) los llama los “sin parte” y son percibidos como incapaces de tomar decisiones sobre lo común. La actividad política es siempre un modo de manifestación que deshace y reconfigura esa división de lo sensible en la repartición policial por medio de diferentes acciones hechas por el segundo grupo, los sin parte, logrando, para ellos, una parte de lo sensible (Rancière, 1996).

Si la política es esa ruptura y reconfiguración de lo sensible, entonces es necesario determinar cuál es ese orden policial en el que actúa el graffiti ¿dónde es posible encontrarlo? En la ciudad. Los entornos urbanos son, ante todo, una materialización del reparto de lo sensible y el accionar de la policía porque han sido capaces de determinar y repartir los espacios, tiempos y formas de actividad de los habitantes. Los nuevos movimientos sociales se caracterizan por “identificar nuevas formas de opresión que sobrepasan las relaciones de producción, y ni siquiera son específicas de ellas, como son la guerra, la polución, el machismo, el racismo o el productivismo” (De Sousa, 2001, p. 178). También realizan una crítica radical a los excesos de regulación sobre la cotidianidad en la modernidad, esto implica que, no sólo se habla de cómo trabaja o produce, también el modo en el que se descansa o vive (De Sousa, 2001). En este caso

el graffiti encuentra una forma opresión en la cultura dominante que se reproduce en el modelo de ciudad que construye y afecta la forma en la que las personas viven y habitan cada espacio.

Durante mucho tiempo las grandes urbes representaron libertad y comodidades para sus habitantes. Era en ellas donde las personas podían ser capaces de forjar su propio destino. Las ciudades modernas ofrecían espacios y oportunidades de trabajo, educación y ocio en un mismo lugar, pero también la facilidad movilizarse y acceder a ellos. La vida urbana significaba que todos los bienes y servicios para suplir las necesidades básicas e incluso los deseos más banales que puede tener el ser humano están al alcance de su mano.

Stadtluft Macht Frei, el aire de ciudad hace libre, dice un viejo refrán alemán, pero ¿qué tan cierta es esta afirmación? A pesar de ese supuesto, las ciudades representan lo contrario porque hacen parte de un reparto policial de lo sensible que determina las formas de actividades e identidades que le corresponden a cada habitante en espacios que aparentemente se abstraen de las dinámicas de producción y trabajo, pero, por el contrario, son una expresión de estas. Esto ha provocado una planificación de la ciudad que está determinada por una cultura dominante capaz de ordenar los territorios y a las personas. En ese orden de ideas, el objetivo de este capítulo es dejar en evidencia cómo Bogotá aparenta una libertad, pero en realidad sus espacios sólo reproduce el orden de las dominaciones.

1.1. La muerte del espacio público: cuerpos móviles, sujetos de consumo y el origen de una resistencia

*En la capital una mitad no es tuya,
tanta velocidad puede que te destruya.*

El Kalvo (2018, pista 13)

La ciudad es construida a partir de unas estructuras de poder y es el reflejo y materialización de una cultura que también se encuentra atravesada y moldeada por las relaciones de poder porque es capaz de asignar modos de actuar con base en unas estructuras de dominación y subordinación a lo largo de la escala del poder cultural (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014). La cultura expresa la posición vital de los grupos que poseen el monopolio del poder en la sociedad, debido a que tienen mayor peso e influencia, lo que permite que el mundo tienda a ser clasificado y ordenado conforme a unas estructuras que expresan el mando y la posición hegemónica de los intereses de los más poderosos de la sociedad (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014).

De esta manera, la ciudad es el lugar donde se materializa el reparto policial sobre lo sensible de una cultura dominante que determina los modos de ser y actuar en los entornos urbanos. Se hace a partir de la planificación de la ciudad en un intento por controlar los modos de ser y actuar de sus ciudadanos, como ha ocurrido en la capital colombiana. Bogotá es un escenario que refuerza la existencia de cuerpos móviles y sujetos de consumo que son el resultante de una cultura específica, la cultura de masas. Esta nace de los intereses de los propietarios de los medios de producción y no de las personas (Cabot, 2001). Esta cultura tiene como objetivo llegar a la mayor cantidad de público posible con el fin de que los individuos se identifiquen con el estilo de vida del capitalismo (Cabot, 2001). Es decir que busca la producción y reproducción de una cultura que se organice con base en los criterios de tipo industrial y nuevos condicionamientos (Abruzzese, 2004).

A diferencia de la cultura popular, que es producida por la figura del “pueblo”, la cultura de masas ha sido concebida y producida de forma centralizada, está distribuida de “arriba a abajo” (Busquet, 2008) como la ciudad. Busca que las masas se acoplen al estilo de vida del capitalismo y lo logra gracias a la industria cultural que es capaz de producirla y reproducirla por medio de la creación de servicios y bienes culturales (Adorno, Horkheimer, 1994) e incluso entornos urbanos. Al nacer de los intereses de los dueños de los medios de producción (Cabot, 2001) busca y se encarga de crear sujetos que sean capaces de vivir según las dinámicas del capitalismo mundial, logrando posicionarse como hegemónica. El concepto hegemonía hace referencia

al momento en el que la clase dirigente está lista no solo para *coaccionar* a una clase subordinada conforme a sus propios intereses, sino para ejercer una «hegemonía» o «autoridad social total» sobre las clases subordinadas. Esto implica el ejercicio de una clase especial de poder: el poder de formular alternativas y contener oportunidades, *ganar y moldear el consentimiento*, de tal manera que la garantía de legitimidad de la clase dominante no aparece solo de manera «espontánea», sino también natural y normalizada. (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014, pp. 98-99)

Lo que significa es que la cultura puede lograr limitar, modificar y constreñir la forma en la que viven los individuos (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014) y al estar atravesadas por las relaciones de poder también permite moldear la existencia colectiva de los diferentes grupos y personas en beneficio de los que producen la cultura dominante. Una de las formas que ha permitido posicionar a la cultura de masas como hegemónica ha sido la reconfiguración de entornos urbanos que reproduzcan sus valores y comportamientos como ocurrió en la capital colombiana.

La planeación y configuración urbana de Bogotá ha estado determinada por unas dinámicas que ocurren en escala local y mundial debido a la influencia de la globalización y el capitalismo que buscan una explotación económica del territorio (Duquino-Rojas, Vinasco-Ñustes, 2018). Esto ha sido posible porque la planificación de Bogotá se da “desde arriba”, lo que significa que las decisiones sobre estos espacios son decididas por quienes ocupan cargos en la estructura administrativa de la ciudad, permitiendo que haya prioridad sobre la construcción y mantenimiento de edificaciones determinadas que reproducen las dinámicas de la cultura dominante (Duquino-Rojas, Vinasco-Ñustes, 2018) como se verá más adelante.

Esto va dando luces de la existencia de un reparto de lo sensible de orden policial, porque existen unos actores sociales que no pueden tomar decisiones sobre la ciudad que habitan. De igual manera, se busca determinar la identidad y los modos de ser y actuar que deben tener las personas a partir de los espacios que componen Bogotá. Esto va construyendo unos sujetos sin parte en ese reparto de lo sensible que son –percibidos como– incapaces de tomar decisiones sobre los lugares y espacios comunes en los que conviven, como lo explica Rancière (1996), y por lo tanto sólo están en la capacidad de transitar el espacio público, mas no de vivir o decidir sobre él. Sin embargo, es necesario observar cómo ocurre esta configuración de Bogotá alrededor de la cultura de masas que se ha consolidado como dominante.

Para lograr esto, es necesario partir del espacio público que es el espacio natural de una ciudad porque en él se “encarna un principio de orden arquitectónico a través del cual se representa y se constituye la esfera pública de la vida civil” (Holtson, 2008, p. 261). Sin embargo, las dinámicas de este lugar han cambiado a lo largo de los años y mantenido como sólo un lugar de tránsito y no de encuentro porque ha ocurrido una supresión de los espacios que permitían la interacción social. Aunque, el espacio público permanece, empieza a carecer de importancia al ser remplazado por entornos prefabricados que anulan la capacidad que tiene el territorio de construir vida social. Además, estos espacios reproduciendo las dinámicas de control social al interior de la ciudad al relacionarse con el consumo y la ideología de la prosperidad, como será explicado a continuación.

Para las décadas de 1920 y 1930 se empieza a hacer una serie de transformaciones en Bogotá, se buscaba que la capital colombiana se consolidara como una ciudad moderna e industrial similar a Nueva York (Castro-Gómez, 2009). Esto sólo era posible con un cambio que permitiera la aceleración de la vida de la población y eso implicaba que las personas también debían adaptarse

al modelo y velocidad de producción que se estaba implementando en la ciudad, tanto en movilidad como en comunicación.

Este proceso de industrialización significaba que todo debía moverse según la producción, no sólo el dinero y la mercancía, también los cuerpos (Castro-Gómez, 2009). Como explica el filósofo Santiago Castro-Gómez (2009), la llegada del transporte público, automóviles y tecnologías para la comunicación facilitaron la transformación de cuerpos inmóviles a cuerpos veloces, ciudadanos capaces de ir al ritmo del capitalismo mundial. En el planteamiento colonial de Bogotá, que representaba caos y desorden, se empezó a orientar hacia la construcción de “amplias y rectas avenidas que ofrecieran al ciudadano la sensación de orden y hermosura” (Castro-Gómez, 2009, p. 119) construyendo la idea de la gran urbe moderna. Las grandes avenidas debían hacerle sentir a sus habitantes que no vivían en la misma ciudad colonial de antes, “sino en el nuevo mundo de la velocidad propio de Bogotá; un mundo de objetos accesibles ahora para todos los bolsillos” (Castro-Gómez, 2009, p. 121).

Sin embargo, esto no era suficiente, lo que logró que realmente las clases trabajadoras se insertaran en estas dinámicas fue la construcción de escenarios como las salas de cine, la estación del tren, entre otras, que representaban la modernización de la ciudad y los dispositivos de movilidad por los cuales la población debía reconocerse como sujetos modernos (Castro-Gómez, 2009, p. 122). Una de las más importantes fue el Edificio Hernández en la tradicional Calle del Florián del centro histórico de Bogotá (Castro-Gómez, 2009, p. 118), una estructura similar a los pasajes y centros comerciales contemporáneos. En la parte baja del edificio se encontraban las tiendas, “la mercancía ofrecida era importada de los Estados Unidos y provenía en gran parte de Asia, con la peculiaridad de que todos los productos oscilaban entre un centavo y un peso” (Castro-Gómez, 2009, p. 119), logrando por medio del consumo de baratijas inscribir a los trabajadores en la “ideología de la prosperidad”, en la que se asume proposiciones de una auténtica ideología porque cubre la brecha entre las desigualdades reales y crea una utopía de una igualdad y consumo que siempre es creciente para todas las personas (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014). Al tratarse de baratijas importadas, lograban que el comprador sintiera que hiciera parte de ese selecto grupo de personas modernas de buen gusto (Castro-Gómez, 2009) porque la prosperidad estaba a su alcance y a la de todas y todos.

Estas dinámicas se mantuvieron a lo largo de los años. Para la década de 1940 y en especial 1945 se empieza una labor precipitada por el mejoramiento y embellecimiento de Bogotá con

diferentes obras que mejorarían la ciudad notablemente, incluso en su infraestructura debido a la realización de la IX Conferencia Panamericana³ que se iba a dar en 1948 (de Urbina, Zambrano, 2009). Luego del Bogotazo⁴ se inicia un nuevo proyecto urbanístico, se publica en junio de 1948 el “Plan de Reconstrucción de Bogotá”, producto de la destrucción de unas partes del centro histórico de la capital, como la ampliación de grandes vías que en el fondo manejaba las mismas dinámicas, como con el caso de la emblemática Avenida Carrera Séptima y el aumento y mejoramiento de su perímetro comercial (Suárez, 2009).

Para mediados de la década de 1960 los automóviles habían invadido las ciudades, lo que imposibilitó cualquier oportunidad de establecer un mínimo de vida urbana (Gehl, 2014). Esto traería consigo un cambio en las formas de vida en la ciudad, las cuales harían que se perdiera la idea natural del espacio público como el lugar donde se construyen las relaciones sociales, porque “la calle construye un obstáculo frente al progreso porque no consigue acomodar las necesidades de la era de la máquina” (Holtson, 2008, p. 261). Para la arquitectura moderna la eliminación del espacio público cumple la función de requisito para la organización urbana (Holston, 2008), pero también de la vida civil al crear cuerpos móviles capaces de ir al ritmo de la producción (Castro-Gómez, 2009). Al carecer de sentido se produce una nueva repartición policial de lo sensible que continúa en la actualidad.

A la fecha, el espacio público se sigue degradando porque se mantiene desconectado de las relaciones sociales y posee una arquitectura que aísla a las personas y su relación con su entorno (Ortiz, 2019). Esto obedece a la configuración urbana de Bogotá que se ha determinado por unas dinámicas que ocurren en escala local y global (Duquino-Rojas, Vinasco-Ñustes, 2018). Esta problemática es visible ante los ojos de algunos ciudadanos, por ejemplo, para Camilo López (comunicación personal,)

ha perdido su capacidad de permitir que las personas concurren en él por el hecho de las dificultades de la ciudad, sobre todo de Bogotá, pero sigue siendo un elemento importantísimo en la consolidación de la vida, en la consolidación de la calidad de vida y en la forma en la que convivimos unos y otros.

³ Las conferencias Panamericanas fueron una serie de reuniones en las que participaban los diferentes Estados de América y sus representantes y delegados en el marco de la promoción de las ideas del panamericanismo (promoción de la integración de América) entre 1889 y 1954.

⁴ El Bogotazo fue una serie de disturbios iniciados el 9 de abril de 1948 producto del asesinato del candidato presidencial Jorge Eliecer Gaitán, siendo el detonante para un periodo de violencia en todo el país.

Prueba de esto es que el DADEP⁵ afirma que el espacio público de Bogotá es de carácter residual, como producto de una promoción privada del entorno construido y de la organización de los diferentes sectores que se ha centrado en la implantación y ampliación de la infraestructura vial (Ortiz, 2019, p. 28). Esto se evidencia al ver que Bogotá sólo cumple con el 26% de la cifra óptima de espacio público efectivo porque se priorizan las necesidades de vehículos y transporte público (Ortiz, 2019), pero también de intereses particulares como con la construcción de conjuntos residenciales y centros comerciales.

A lo largo de los años, los conjuntos cerrados se fueron apoderando del espacio en Bogotá. Para la década de 1980 estas construcciones representaban el 5% del total del área construida, pero en la actualidad pasó a ser alrededor del 68% (Mayorga, 2016). Estas edificaciones son contenedores arquitectónicos que aglomeran la vida residencial en grandes aéreas cerradas y de uso exclusivo que sustituyen el espacio público (Mayorga, 2016). Como lo explican los arquitectos Duquino-Rojas y Vinasco-Ñustes (2018) esto rompe con la naturaleza del espacio público como espacio de encuentro porque implica una configuración que está acompañada de espacios libres, zonas verdes y parques, pero de carácter privado.

Por otro lado, los centros comerciales pasaron a ser los principales elementos urbanos en el desarrollo de actividades de ocio vinculadas al consumo y la distracción, debido a su alta concentración de bienes y servicios (Mayorga, 2016) y en Bogotá se ha replicado esta dinámica y han adquirido cada vez más importancia. En el año 1976 se inaugura el primer gran centro comercial de Bogotá, Unicentro, y a lo largo de los años se ha “experimentado un aumento en la presencia de este tipo de infraestructuras, de manera constante.” (Mayorga, 2016, p. 11). Esto se debe a que se ha priorizado y beneficiado estas construcciones de interés privado frente a otras (Forero, 2016), y a la fecha, como lo muestra el sociólogo José María Mayorga (2016), existen más de treinta centros comerciales en la ciudad.

El sociólogo Giandomenico Amendola (2000) explica que el éxito de los centros comerciales se debe a que se basa en una capacidad de atracción y fuerza de repulsiva a la ciudad verdadera. Son un simulacro de la ciudad depurando cada aspecto negativo de ella, todo está manipulado y controlado, incluso el clima, la iluminación, la limpieza y la gente que lo transita (Amendola, 2000). “El *shopping mall* es el resultado de una proyección tendencialmente

⁵ Departamento Administrativo de la Defensoría del Espacio Público en Bogotá, entidad encargada de ejercer control, vigilancia, defensa y regulación del espacio público de la capital.

totalizadora, que tiene como objetivo único el de estimular el consumo poniendo bajo control estímulos, pulsiones, deseos, comportamientos” (Amendola, 2000, p. 262), dentro de él todo está controlado de manera previa, incluso que va a encontrar el consumidor, suprimiendo la capacidad de sorprender que tienen los espacios al ser recorridos; se sabe de manera previa que hay en ellos (Forero, 2016). Lo que reúne cada uno de estos espacios es la permanencia al margen de una ilusión, debido a que no permite gozar la exponencial mágica del lugar porque su milagro se basa en sólo ser un reflejo del consumo (Amendola, 2000). Su éxito en Bogotá también se debe al fácil acceso que tienen las personas para llegar a estos lugares debido a que están conectados con el sistema de transporte público de Bogotá, pues cada uno posee una ruta de buses o estación de Transmilenio⁶ cercana (Rossi, Vargas, García, Pérez, 2012).

Estas edificaciones implican todo un conjunto de experiencias que están prefabricadas y niegan la verdadera interacción y construcción de la vida civil en relación con los demás y el entorno habitado, pero a su vez mantienen las dinámicas de los cuerpos veloces adaptados a la velocidad de la producción. Sin embargo, para lograr finalmente que las personas se adapten de manera plena a esto debe establecerse por medio del consumo. Esto no significa una eliminación en el sentido literal del espacio público, sino un remplazo por “espacios auto contenidos al margen de la realidad, con un poder especial para abstraerse de ella.” (Mayorga, 2016, p. 9).

Se tiene entonces una Bogotá que niega la vida urbana y el azar en ella, que ofrece a cambio un modelo de sociabilidad ordenado entre pares sin ninguna interferencia de acontecimientos no programados (Mayorga, 2016). Este modelo de ciudad organiza la vida hacia lugares de experiencias prefabricadas alrededor del comercio, como el centro comercial. Esto se debe a que es una expresión de esta cultura hegemónica, no previa a ella, donde la masa es entendida como un objeto al cual no se le tiene consideración (Busquet, 2008). Por lo cual, los técnicos de la *masscult*⁷ tienden a tratar al público de manera paternalista y a reforzar sus gustos al tratarla como un objeto pasivo y manipulable capaz de homogenizarlo (Busquet, 2008) con la producción de necesidades planificadas y ofreciendo bienes y servicios estándar que las suplen (Cabot, 2001, p. 142) e incluso con la creación de entornos urbanos que reproduzcan estas dinámicas. En ese sentido, los

⁶ Transmilenio es el sistema de transporte masivo de Bogotá fundado en el año 2000 con el objetivo de dar una solución a los problemas de movilidad que existían en la ciudad para la fecha. Su infraestructura cuenta con estaciones y troncales por las principales vías de la ciudad (Olmedo, 2003).

⁷ Fue un concepto propuesto por el periodista y crítico social Dwight Macdonald para referirse a la cultura de masas (Busquet, 2008).

individuos son percibidos como un consumidor y como los filósofos Adorno y Horkheimer (1994) lo describen:

Los consumidores son los obreros y empleados, agricultores y pequeños burgueses. La producción capitalista los encadena de tal modo en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece. Pero lo mismo que los dominados se han tomado la moral que les venía de los señores más en serio que estos últimos, así hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito. [...] Las masas tienen lo que desean y se aferran obstinadamente a la ideología mediante la cual se les esclaviza. [...] La industria se adapta a tales pedidos. (Adorno, Horkheimer, 1994, p. 178)

Esto implica que la cultura “no consigue manifestarse fiel al hombre más que sustrayéndose a su práctica, contradicción de sí misma, sustrayéndose a esa permanente reproducción del siempre-lo-mismo, del servicio mercantil al cliente al servicio real del dominante” (Adorno, 1962, p. 16) y en este caso se adecuan los entornos urbanos a los pedidos de una masa de consumidores, como ocurre en los espacios de Bogotá. Dejando como resultado una enajenación que representa “la docilidad absoluta a las exigencias de una humanidad que el vendedor ha convertido en clientela” (Adorno, 1962, p. 18). Lo que significa esto, argumenta Adorno (1962), es que el ser humano deja de serlo y de pertenecerse a sí mismo porque su espíritu se reemplaza por el de un consumidor y en este caso la ciudad permite esto al impedir la interacción real entre las personas.

El estilo de vida impuesto por esta cultura se ve reflejado tanto en los espacios físicos como en las formas de movilizarse, incluso en el uso del tiempo libre, como lo explica el arquitecto Francesco Careri (2002):

en un tiempo de consumo pasivo, el tiempo libre tenía que estar dedicado al *juego*, tenía que ser un tiempo no utilitario, sino lúdico. Por ello era urgente preparar una revolución que se basase en el deseo: buscar en lo cotidiano los deseos latentes de la gente, provocarlos, despertarlos y sustituirlos por los deseos impuestos por la cultura dominante. (p. 110)

La sustitución de la plaza pública, el principal lugar de encuentro que tiene una ciudad, reproduce las dinámicas de producción y consumo a partir de estos nuevos espacios. La planificación de Bogotá busca reforzar estos imaginarios que logran una identificación con este reparto de lo sensible, provocando una uniformidad de los sujetos, creando una masa consumidora que ve la ciudad en estos simulacros, aunque sólo sea en una ficción de esta. Esto permite observar

esa existencia de un reparto de lo sensible que es desigual y busca limitar los modos de ser y actuar de los ciudadanos a partir de una reducción a sólo cuerpos móviles y sujetos de consumo.

Al interior de este reparto de lo sensible, existe una igualdad y libertad que es falsa y artificial, y no siempre es percibida por los que no tienen parte (Gómez, 2014). Como lo explica la politóloga Paula Gómez (2014), es un juego aritmético de ganancias y deudas en la sociedad que aparenta libertad, pero esa libertad es falsa porque es una expresión dominada por los grupos que siempre han tenido la riqueza de las partes. Esto se evidencia en la explicación de Adorno y Horkheimer (1994) cuando afirman que en este sistema “la libertad formal de cada uno está garantizada. Oficialmente, nadie debe rendir cuentas sobre lo que piensa.” (p. 194). No obstante, para que esa libertad sea efectiva, las personas deben entregarse sin reservas al control social que se ejerce en un sistema que conforma el instrumento más sensible del control social (Adorno, Horkheimer, 1994).

Prácticas como la creación y mantenimiento de espacios comerciales que remplazaron el espacio público y simulan la ciudad en un ambiente controlado permiten ver la relación que existe entre el urbanismo y la ideología de la prosperidad de la cultura de masas. Existe una influencia real de la cultura y la organización de los espacios urbanos porque logran reproducir un orden social que condiciona la vida a las dinámicas de tipo industrial y de consumo.

La construcción de una cultura hegemónica⁸ y de masas se encuentra atravesada por relaciones de poder al influir y afectar las acciones y decisiones de los actores sociales, en favor del consumo por medio de la reconfiguración del espacio en Bogotá. Se trata de una imposición cultural con el objetivo de sumir todas las expresiones bajo los márgenes del espacio ya configurado (Butler, 1996).

No obstante, al tratarse de una relación social de poder, siempre existe la posibilidad de una resistencia (Castells, 2009). La hegemonía se trata de un terreno que se gana y se pierde (Clark, Hall, Jefferson, Roberts, 2014) y al ser una imposición cultural va a generar que algunos sujetos busquen espacios donde se logren identificar realmente y emprendan acciones buscando generar el impacto necesario para que su discurso sea escuchado (Butler, 1996). Se trata de sujetos sin parte en lo sensible, que son descritos por Tarrow (1994) como grupos que poseen pocos recursos y escaso poder que buscarán por medio de espacios no convencionales una reafirmación y/o

⁸ La hegemonía se define como el poder de definir las diferentes agendas, moldear las preferencias e incluso es capaz de contener los conflictos y definir los tipos de resoluciones razonables y realistas (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014, p. 99)

reconocimiento como sujetos políticos reales fuera de estos valores hegemónicos (Butler, 1996). Estos espacios no convencionales son principalmente acciones con el fin de hacer una reivindicación de su discurso y es en ese contexto es que surge el graffiti como

una respuesta a un sistema en el que vivimos, un sistema de identidad, precisamente. El sistema en el que vivimos, en el que nos tocó vivir a nosotros, es un sistema que anula la identidad, que todo lo convierte en una masa. Entonces eres en tanto tienes lo que nosotros te ofrecemos. La lógica del estatus y de la existencia está ligada a lo que se puede tener y a la manera en que yo me reflejo en lo que me venden [...] Si no estoy dentro de esa lógica mi estatus y mi existencia se ven reducidos dentro de la sociedad. El graffiti nace precisamente en ese espacio (Stinkfish, 23 de julio de 2019, comunicación personal).

Lo sensible es una distribución y redistribución de lugares y las identidades que define qué es lo visible o lo invisible y de igual manera quiénes poseen la palabra y quienes emiten ruidos (Rancière, 2012). En Bogotá se reduce lo visible a dinámicas comerciales y de consumo que reproducen lo que Adorno (1962) denomina “siempre-lo-mismo” al ser una ciudad que al anular el espacio público lo reemplaza con lugares de interacción que son irreales y reproducen las mismas dinámicas de una cultura hegemónica que reduce a los individuos a lo que el mercado le puede brindar. Es necesario que existan estos repartos desiguales de lo sensible para que exista política, porque esta es la que rompe esa configuración que ha sido interiorizada de forma cultural.

Rancière (1996) sustenta que se trata de ante todo de una actividad que se desarrolla por medio de diferentes acciones que otorgan palabra y discurso a los sujetos sin parte que sólo hacían ruido, que construyen ese desafío común de este nuevo movimiento descrito por Tarrow (1994) y equivale a una disrupción de la imagen y experiencias que puede llegar a brindar una ciudad que es el reflejo de esta cultura y se materializa en la intervención del espacio público. En el caso de Bogotá, el graffiti logra esto pues es la forma en la que, de manera colectiva, se han logrado cambios culturales en este espacio físico que es la ciudad y que también se encuentra atravesado por relaciones de poder, al ser moldeado por la cultura dominante.

El graffiti representa entonces un ejercicio de resistencia por el cual un sujeto sin parte demuestra que posee la palabra y un discurso con sentido porque se convierte en lo que la filósofa Judith Butler (2006) denominó “agencia”, la cual

se deriva del hecho de que soy constituida por un mundo social que nunca escogí [...] Como resultado, el «yo» que soy se encuentra constituido por normas y depende de ellas, pero

también aspira a vivir de maneras que mantengan con ellas una relación crítica y transformadora (Butler, 2006, p. 16).

En esa cultura y ciudad que estandariza a los individuos, se crea una relación crítica de los sujetos con su entorno y encontraron que era posible hacer revertir el orden y dominio sobre lo sensible por medio de intervenciones en el espacio público. Así lo expresa el colectivo de *graffiti writing*⁹ bogotano TSK (2019): “muchos protestan de una u otra manera, la nuestra es apropiándonos de lo tuyo y reclamando lo nuestro, [...] siempre vamos a estar cansoneando y haciendo de las nuestras”.

El graffiti se convierte en una expresión “del marginado que no se siente absolutamente confiado o reflejado en los medios tradicionales” (C. López, comunicación personal, 22 de julio de 2019). Es en un primer momento, un ejercicio de resistencia a las dinámicas de la cultura de masas y la configuración urbana de Bogotá. A partir de esta premisa se empieza a construir su identidad. Sin embargo, todo movimiento social provoca un contra-movimiento que consiste en una intervención por parte del aparato político en un ejercicio de integración-represión en el que se intenta mantener el orden social (Castells, 1979). El graffiti al ser un movimiento contracultural provoca esta misma reacción en la ciudad, en un primer momento a partir de la represión ejercida por la baja policía¹⁰ y luego por una serie de sucesos que logran integrar la práctica a la lógicas mercantiles de la ciudad. Pero antes de ver esto, es necesario entender cómo se construye su identidad y adquiere una narrativa política y contracultural.

⁹ Dedicado a la creación de letras derivado del graffiti de Filadelfia en los años sesenta y más adelante en Nueva York. Los escritores de *graffiti writing* se dedican a la escribir de manera repetitiva un nombre o seudónimo en diferentes estilos (Castro, 2012, p. 48).

¹⁰ Rancière (1996) define la baja policía como “una forma particular de un orden más general que dispone lo sensible en lo cual los cuerpos se distribuyen en comunidad” (p. 43), es decir, es esas fuerzas del orden que patrullan día a día la ciudad, el agente de policía.

2. La construcción de una identidad política

*Ustedes cuando aman
calculan interés
y cuando desaman
calculan otra vez.
Nosotros cuando amamos
es como renacer
y si nos desamamos
no la pasamos bien*

Mario Benedetti (2001, p. 42)

La política es una actividad de construcción y nada es capaz de cobrar sentido político por sí mismo (Errejón, 2011). No se trata de derivaciones naturales –inexistentes–, sino de una serie de elementos que lo configuran como tal. De la misma manera, los movimientos sociales y sus identidades colectivas deben pasar por un proceso de construcción que les otorga narrativa política a su discurso¹¹ que suele partir de una problemática. Sin embargo, una identidad colectiva se define a partir de la diferenciación de un actor con respecto a otros y de su acción autónoma (Giménez, 2005).

De esta forma, “la identidad de los actores sociales no se define por el conjunto de rasgos culturales que en un momento determinado la delimita y distingue de otros actores” (Giménez, 2005, p. 17). Es decir que, si bien una identidad nunca es homogénea ni se encuentra perfectamente bien delimitada (Giménez, 2005), debido a que existe una pluralidad de identidades en su interior (Castells, 2001), poseen unas fronteras que no cambian y que son las que realmente la definen.

Para poder entender esto, es necesario partir del concepto “exterior constitutivo”, como lo señala la filósofa Chantal Mouffe (1999), consiste en “la condición de existencia de toda identidad es la afirmación de una diferencia, la determinación de un «otro» que servirá como «exterior»” (p. 15). Esto significa que los procesos de identificación colectiva se logran y están determinados por la figura de un *ellos*¹² que a su vez posibilita la creación de un *nosotros* y, por lo tanto, adquiere un carácter político. Como lo explica el teórico Carl Schmitt (2009), lo político posee unas distinciones propias que logran reconducir todo en cuanto sea una acción política en un sentido específico, la cual es la de *amigo* y *enemigo* (Schmitt, 2009). El exterior constitutivo es “el enemigo o adversario

¹¹ Los discursos no se limitan a textos o intervenciones orales, sino que son todas las acciones, prácticas, ideas y valores que le otorgan sentido político a una identidad o colectividad (Errejón, 2011). Además, siempre parten de las demandas o problemáticas sociales que inscriben todo un relato que logra identificar a diferentes actores (Errejón, 2011).

¹² La figura *ellos* es en esencia el “otro” que hace parte de ese exterior y del que el *nosotros* busca diferenciarse.

que asegura la cohesión interna del colectivo, su límite externo, que es a un tiempo negación y condición de posibilidad del «nosotros»” (Errejón, 2011, p. 11). Como lo exponen Mouffe (1999) y Schmitt (2009), no importa si la relación o el motivo es de carácter religioso, económico, cultural o cualquier otro, nada se abstrae de esta distinción, porque es lo que corresponde a sus acciones públicas y a la configuración de la identidad colectiva. En ese sentido, es necesaria la existencia de un antagonista para la configuración de un *nosotros*.

La existencia de un antagonista es esencial para la construcción de una identidad política, como lo señala Mouffe (1999) “la vida política nunca podrá prescindir del antagonismo” (p. 16). En ese sentido, el objetivo de este capítulo es identificar quién compone el *ellos* o antagonista y el *nosotros* del graffiti.

2.1 La industria cultural: policía y antagonista

Mucha policía, poca diversión.

Eskorbuto (1996, pista 11)

El reparto de lo sensible se mantiene gracias a la policía, la encargada de definir modos de ser y actuar, de determinar qué palabras se consideran un discurso o sólo un ruido (Rancière, 1996). Este orden de las dominaciones es mostrado como algo natural (Rancière, 1996), pero no es así y tampoco es producto del azar, posee un responsable (Errejón, 2011).

En el capítulo anterior se habló de cómo la cultura de masas es capaz de configurar una ciudad que mantiene unas dinámicas alrededor del consumo, suprimiendo los espacios de interacción y brindando una experiencia que es “siempre-lo-mismo”. Esto ha sido posible porque los individuos han sido construidos como sujetos para el consumo, pero no es claro cómo han interiorizado esa cultura que sido capaz de adecuar los entornos urbanos a las necesidades prefabricadas de unos consumidores. Se hace a partir de la industria cultural¹³, la cual se encarga de lograr un orden a partir de la estandarización (Szpilbarg, Saferstein, 2014) y una identificación de los actores sociales con la cultura hegemónica.

La industria cultural produce la degradación de las expresiones porque al interior de las industrias los productores culturales tienen como única ideología el negocio, lo cual permite una estandarización de los contenidos (Adorno, Horkheimer, 1994). Razón por la cual tratan a la masa

¹³ Tradicionalmente y desde las diferentes obras de Adorno, se entiende que está integrada por la música, televisión, radio, moda, arquitectura, el cine, entre otras, pero actualmente también diseño y el internet (Cabot, 2001) e incluso la arquitectura.

no como un público, sino como un objeto el cual pueden manipular (Szpilbarg, Saferstein, 2014). Se construye como antagonista al ser la encargada de reproducir los valores e ideas de la cultura hegemónica a partir de las diferentes industrias culturales. Su fuerza radica “en su unidad con la necesidad de producir” (Adorno, Horkheimer, 1994, p. 181), esta unidad construida es positiva y negativa. Es positiva porque se descubre que también posee la capacidad de producir y aceptar diferencias siempre que se adecuen a la lógica mercantil, es decir, soporta y acepta la creación de nuevas identidades y actores sociales si estos se inscriben en las mismas dinámicas que ella reproduce; y es negativa porque causa una totalización en las expresiones (Martín Barbero, 1987) debido a que los bienes y servicios –culturales– que produce son hechos a la medida de la hegemonía cultural.

Esta cultura hegemónica se basa principalmente en lo que Adorno y Horkheimer (1994) describían al afirmar que se orienta la vida del individuo a unas experiencias que son “siempre-lo-mismo”. A lo que se refiere es que se mantienen las dinámicas de producción y trabajo en todo lo que la masa consume. La industria cultura crea necesidades y mercancías que las satisfagan, pero todo en el mismo margen de las dinámicas del orden social y debido a su unidad, quien no sea capaz de adaptarse de manera plena será “golpeado con una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del solitario” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 178). Busca orientar la vida al orden –sensible–, estableciendo qué contenidos se puede consumir e incluso determinar qué hacer en los tiempos libres. La idea del “tiempo libre” es fundamental tanto para la cultura dominante como para las identidades contraculturales como el graffiti, porque hacen referencia al ocio¹⁴ que se considera como una relativa libertad (Clark, 2014).

Esta libertad del ocio se encuentra atravesada por relaciones de poder, ya que se “ha convertido en un campo de batalla con el fin de controlar el ocio de las clases trabajadoras. Las actividades dirigidas a controlar, disciplinar y «mejorar» el ocio de las clases trabajadoras han sido fuertes y constantes” (Clark, 2014, p. 272). La industria cultural busca que ese tiempo libre se oriente a la unidad de producción, logrando que la diversión sea “la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. Es buscada por quien quiere sustraerse al proceso de trabajo mecanizado para poder estar de nuevo a su altura, en condiciones de afrontarlo” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 181). Sin embargo, la mecanización de la vida implica que “ese sujeto ya no puede experimentar

¹⁴ La Real Academia Española (RAE) (2014) define ocio como “cesación del tiempo de trabajo”, “tiempo libre” y “diversión u ocupación reposada”.

otra cosa que las copias o reproducciones del mismo proceso de trabajo”. (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 181), por lo que todo lo que consume brinda la misma experiencia. Al estandarizar los contenidos, productos y servicios culturales

La tensión intelectual no conoce ya más que una forma de descanso, que es la forma específicamente cosmopolita: la relajación, la “distracción”. El juego auténtico, la alegría vital, el placer y la embriaguez, emanaciones del ritmo del cosmos, no pueden ser ya comprendidos íntimamente (Adorno, 1962, p. 50).

Así, la persona que disfruta de su tiempo libre y felicidad se encuentra determinada por la fabricación de productos para la diversión que prometen una distracción, pero que siguen estando ligadas al celo comercial y a los clichés de la cultura (Adorno y Horkheimer, 1994). A partir de esta producción, se va logrando un poder social admirado por el público que es sólo la eficaz omnipresencia del estereotipo impuesto por la industria cultural, porque posee la capacidad de brindar una apariencia de libertad y agrado con la ilusión que crea del individuo (Adorno y Horkheimer, 1994). Ese individuo creado es capaz de llegar a ser omnipotente y feliz “con tal de que se entregue sin reservas y de que renuncie a su pretensión de felicidad” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 198).

La persona está condicionada por la estandarización en los modos de producción y consumo (Adorno y Horkheimer, 1994) tanto de servicios y mercancía, como de espacios físicos que simulan la calle, pero alejados de los “peligros reales” que esta representa. Sin embargo, la existencia de esa libertad es tan sólo el producto de un reparto de lo sensible, determinado por el aparato social y económico que hacen que las personas sientan como propia esa ideología de la prosperidad¹⁵ que le brinda una utopía a su alcance y creciente durante su vida (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014).

La industria cultural no hubiera logrado construirse de tal forma de no ser por el uso de la publicidad, “es su elixir de vida” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 206), ya que manipulan el arte de los carteles y anuncios (Adorno, 1962) que estarán presentes en los espacios comunes. Así, “el gusto dominante toma su ideal de la publicidad, de la belleza al uso” (Adorno Horkheimer, 1994, p. 201), pero también con el resto de industrias culturales encargadas de reforzar el vínculo que liga al consumidor con la cultura dominante. Aunque la publicidad está presente en la cotidianidad

¹⁵ En el capítulo anterior se explicó cómo se logra inscribir a la clase trabajadora en las dinámicas de producción y aparentar una libertad debido a la utopía de una prosperidad que todos y todas son capaces de alcanzar (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014).

de las personas en la televisión, internet, prensa, radio, espacio público, entre otros, se encuentra regulada a tal punto que sólo dispone de ella quienes logren pagar las grandes sumas de dinero que son exigidas por las agencias publicitarias (Adorno y Horkheimer, 1994) y en algunos casos los gobiernos. De esta manera, “sólo quien forma parte del sistema o es cooptado a ello por decisión del capital bancario e industrial, puede entrar como vendedor en el pseudomercado” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 207). Lo que provoca que sólo sirva al reducido grupo que siempre ha gozado de la riqueza de las partes de lo sensible. Las imágenes y mensajes que ofrece la publicidad y las diferentes industrias culturales están ligados al celo comercial (Adorno y Horkheimer, 1994) y reproducen los valores de la cultura hegemónica y la ideología de la prosperidad. De esta forma, se va logrando que todo lo consumido (música, cine, radio, mercancía, etc.) y habitado brinde una distracción, pero son sólo copias y reproducciones del mismo proceso de trabajo y producción, alcanzando una estandarización de los contenidos y entornos habitados.

En ese orden de ideas, es posible observar cómo la cultura de masas no nace ni se produce del azar y tampoco parte de un orden natural, sino que ha sido construida y reproducida. En síntesis, es posible encontrar a un antagonista principal el cual ha sido responsable de mantener este reparto de lo sensible, la industria cultural. Cambiando el espíritu del ser humano por el de un consumidor y determinando qué mensajes son los que pueden estar y moverse, aparentemente, con libertad en la cotidianidad, cumpliendo con su labor de operar como la alta policía del orden de lo sensible que es capaz de determinar hasta que se hace en los tiempos libres.

Es ahí donde surgen los nuevos movimientos sociales que, a diferencia de los clásicos (como el movimiento sindical o gremial del siglo XX), buscan dar una respuesta y solución a la demanda con respecto a conflictos de reconocimiento cultural y redefinición identitaria (Rojas-Oliveros, 2014, p. 129). En estos movimientos, a veces contraculturales, existen ciertos procesos de representación política y cultural que se configuraban a partir de interpretar y resolver el mundo, desde un determinado tipo de estética urbana y discursos.

2.2. *Nosotros, trazando una frontera*

*Casi enseguida se te ocurrió que ella buscaría una respuesta,
que volvería a su dibujo como vos volvías ahora a los tuyos [...]*

Cortazar (2014, p. 4)

Las intervenciones en el espacio público son infinitas y diversas en sus orígenes y mensajes, las palabras escritas en el cemento fresco, la escritura y dibujos en las puertas de los baños públicos,

letreros, muros y postes pintados por el dueño de un negocio para llamar la atención de futuros clientes, los llamados “rayones” que no son entendidos por todos, entre otras. La Real Academia Española (RAE) (2014) define el graffiti como “firma, texto o composición pictórica realizados generalmente sin autorización en lugares públicos, sobre una pared u otra superficie resistente”. La identidad de un movimiento social posee unas fronteras más o menos precisas que permite entender e identificar quiénes hacen parte de este grupo social (De Soussa, 2001), pero con esta definición parece difícil encontrar un movimiento social con identidad política en esta expresión, por eso se propone hacer una distinción entre lo que es el graffiti como objeto y técnica, y como oficio.

El graffiti como objeto sería lo que Skore999, en una entrevista al medio digital Pulzo, definió como “el simple hecho de usar cualquier utensilio, tinta o lo que sea y escribir sobre una pared” (Pulzo, 2016)¹⁶. Sin embargo, el graffiti al caracterizarse por el uso de pintura en aerosol “se volvió fue una técnica” (Carsal, comunicación personal, 16 de marzo de 2020), pues es también una forma específica de intervenir el espacio, como lo expresa Camilo López (comunicación personal, 22 de julio de 2019):

El graffiti no es otra cosa que la cerámica contemporánea, es una técnica y en ese sentido puede ser una técnica que puede ser usada para bien, como hemos hecho nosotros en “El beso de los invisibles”¹⁷ [...] o puede ser utilizado para mal, como hacen los grupos armados al margen de la ley en el cual usted se da cuenta que las Águilas Negras, por ejemplo, avisan a través de graffitis.

Sin embargo, una de las características principales de los nuevos movimientos sociales es que sus protagonistas, en la mayoría de casos, son grupos con unos límites más o menos definidos en función de sus intereses colectivos (De Soussa, 2001). De igual forma, como lo sustenta Errejón (2011), “para cada grupo o conjunto es necesaria la existencia de un límite que marque la diferencia entre estar dentro o fuera, que defina quién es y quién no es” (p. 4), en ese sentido no todo el que pintó –al menos una vez– hace parte del graffiti. Estas definiciones no permiten establecer esos límites y mucho menos entender cómo se construye el nosotros del exterior constitutivo, por eso es necesario partir de la premisa que también es un oficio¹⁸.

¹⁶ Esta declaración es da en el marco de una serie de entrevistas hechas por el medio digital Pulzo a diferentes escritores de graffiti de Bogotá para la serie documental “Corre por los muros” (2016) que consta de 3 capítulos.

¹⁷ El beso de los invisibles es un mural de gran formato que está ubicado en la calle 26 con carrera 13 de Bogotá. Fue realizado por Vértigo Graffiti para el cumpleaños de la ciudad en el año 2013 (Gómez, 2014).

¹⁸ La Real Academia Española (2014) define oficio como una “ocupación habitual”.

La identidad es el resultado de una construcción, se genera a partir de la repetición de una acción (Moreno, 2017). El sujeto no es el origen de las relaciones sociales porque toda “experiencia” se funda en unas condiciones discursivas de posibilidad precisa (Laclau, Mouffe, 2004). Por lo tanto, ese sujeto ya mencionado es el resultado de una(s) práctica(s) y su repetición en una interacción constante con otros (Moreno, 2017). Es decir, su conformación está basada en la reiteración de su actuar en el tiempo y los espacios. Para ser nombrados sujetos se debe pasar por un proceso que los conforma discursivamente (Moreno, 2017, p. 311) debido a que “no es preciso que exista un «agente detrás de la acción», sino que el «agente» se construye de manera variable en la acción y a través de ella” (Butler, 2007, p. 282). De esta manera es posible preguntarse: ¿quiénes conforman realmente el movimiento del graffiti?

IDARTES¹⁹ en el año 2012 realizó el “Diagnóstico del graffiti en Bogotá 2012” en el que se establecen tres tipos de personas que hacen graffiti: los escritores esporádicos, periódicos y de tiempo completo. Los primeros son las personas que en algún momento de su vida realizaron al menos un graffiti para dar un mensaje, sin importar cual y la motivación (Castro, 2012). Los segundos son aquellos que hacen algún graffiti en momentos específicos del año, por ejemplo, las consignas a favor de los trabajadores cada primero de mayo (Castro, 2012). Por último, los escritores de graffiti de tiempo completo, en esta categoría se encuentran personas de todo tipo, los cuales “dedican gran parte de su vida a intervenir el espacio público” (Castro, 2012, p. 41), es decir, los que hacen graffiti de manera constante en su día a día. Son estos últimos los que realmente componen el movimiento porque logran la construcción a partir de la repetición de su acción e incluso lo llegan a entender como un oficio.

Es como un trabajo, es mi oficio [...] no es el trabajo en el que firmo un contrato y me dicen “usted tiene acceso a estos beneficios y a este sueldo”. Es un trabajo en el que yo me dedico de tiempo completo y llego a un resultado [...] Cuando la gente entra como a ver todo lo que hay detrás del graffiti se da cuenta que es toda una rigurosidad, todo un oficio, todo un montón de cosas. Obvio que no es la misma lógica que el estudio en una universidad, [...] en un colegio, pero la gente estudia todo el tiempo, la gente practica todo el tiempo, la gente aprende, enseña todo el tiempo. (Stinkfish, comunicación personal, 23 de julio de 2019)

Por consiguiente, el graffiti deja de ser sólo una composición o intervención pictórica o gráfica en el espacio público y pasa a ser un oficio –diferente de lo que se definió como el graffiti

¹⁹ Instituto Distrital de las Artes.

como objeto—. Toma esta forma porque pasa a ser una ocupación habitual en la cotidianidad de las personas, como lo sustenta Stinkfish (comunicación personal, 23 de julio de 2019). De esta manera, se convierte en una disciplina para cada escritor porque esta acción implica toda una reiteración y estudio de la misma, así lo hace saber el escritor de graffiti bogotano Dock en un registro audiovisual hecho por el colectivo Hell Caps:

En esto hay que ser muy disciplinado, esto tiene como un proceso y el proceso está en, primero, en poner sus *tags*²⁰, pegarse sus firmas; ya después de esto uno ya quiere hacer su bomba²¹, hacerse ver ya más en la calle. Y ya después de esto uno ya quiere empezar a estudiar más el estilo, a estudiar más el graffiti, los colores, los *spots*, entonces ya uno se puede mandar a hacer una pieza o una *quick*²², entonces esa es como la disciplina (Hell Caps, 2015).

Si la identidad es un proceso de construcción a partir de la experiencia (Laclau, Mouffe, 2004) y de la repetición de una acción (Moreno, 2017) la identidad del graffiti encuentra un límite en la intervención repetitiva y constante del espacio público. De esta manera, hacen parte del movimiento aquellos “escritores de tiempo completo” que incorporan esta acción en su cotidianidad, se convierten e identifican como tales en la medida que repiten esta acción. Es por medio de la intervención en el espacio público de manera constante – y entendida como oficio– que logran un proceso de identificación colectiva.

El exterior constitutivo es el que configura en primer lugar esta identidad colectiva como política, porque al establecer estas diferencia posee la posibilidad de agruparse entre *amigo* y *enemigo* a partir de un antagonista es el responsable de la problemática, la industria cultural que permitió la creación de un *nosotros*.

Son muchos sujetos que se ven afectados por esta misma problemática, pero no todos ejercen una resistencia o no de la misma forma, acá la frontera se traza, inicialmente, en esos “escritores de tiempo completo”²³ que logran una identificación a partir de la repetición de hacer graffiti. Aunque este primer elemento permite delimitar quienes componen este movimiento, su identidad política no radica únicamente en esta acción, también en un objetivo común, una

²⁰ Un tag es la firma del escritor (Cooper, Chalfant, 1984).

²¹ Una bomba o un *throw up* es el nombre o carácter de un escritor (Cooper, Chalfant, 1984) en una pieza rápida y hecha generalmente sin permiso.

²² Una *Quickpiece* es una pieza más elaborada (Cooper, Chalfant, 1984).

²³ De ahora en adelante cuando se haga referencia a escritor o escritores se hablará de los escritores de graffiti de tiempo completo.

resistencia personal que puede llegar a ser coordinada para reafirmar nuevos valores (Tarrow, 1994).

Para entender el objetivo común se deben tener en cuenta los atributos culturales que construyen la fuente de sentido que logra la identificación simbólica (Castells, 2001) y que, como lo explica Errejón (2011), ocurre gracias a la apropiación de unos términos que son valorados por la colectividad, en este caso, dichos atributos son de carácter contracultural.

La contracultura implica un “intento de explorar «instituciones alternativas» a las centrales de la cultura dominante: nuevos patrones de vida, de vida familiar, de trabajo y hasta rechazo a las carreras” (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014, pp. 122-124). Toma forma política de una manera más explícita porque logra articular una oposición directa a los valores e instituciones dominantes aunque no se declaren abiertamente política (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014). Esto tiene una relación estrecha con algunos movimientos sociales porque estos son una articulación de una serie de prácticas que van en contravía del orden establecido (Castells, 1979) y tienen como proyecto fundamental “transformar a las personas en protagonistas de sus propias vidas afirmando su autonomía respecto a las instituciones de la sociedad” (Castells, 2012, pp. 219-220).

En ese sentido, el graffiti posee un objetivo común basado en una fuente de sentido que logra una identificación simbólica. Está basada en una serie de atributos que serán expuestos a continuación y le otorgan un carácter contracultural porque los escritores realizan un intento por explorar instituciones alternativas a la cultura dominante.

2.2.1. El graffiti como una práctica estética

*Recorriendo día a día esta ciudad
intentando escapar del camino marcado
Elektroduendes (2004, pista 2)*

Dice Aristóteles (2015) que el hombre es político porque posee la palabra para definir y establecer lo justo y lo injusto, mientras que los animales sólo poseen la voz para señalar el placer y la pena. Sin embargo, desde siempre ha existido una negativa para considerar a ciertas personas como seres políticos porque son vistos como carentes de la palabra y su discurso se percibe como un simple ruido (Rancière, 2012) y también poseen una “incapacidad material de ocupar el espacio-tiempo de las cosas políticas” (Rancière, 2012, p. 34). Como ocurre con los artesanos que no tienen el tiempo para estar en un lugar diferente al de trabajo; ese “otro lugar” al que no pertenecen es la

asamblea del pueblo (Rancière, 2012) y su “«falta de tiempo» es, de hecho, la prohibición naturalizada, inscrita en las formas mismas de la experiencia sensible” (Rancière, 2012, p. 34)²⁴.

Sin embargo, esto no es una ley natural que debe cumplirse siempre, la política brinda la oportunidad a aquellos que carecen de tiempo para reordenar el espacio de lo sensible, como lo señala Rancière (2012):

La política ocurre cuando aquellos que “no tienen” el tiempo se toman este tiempo necesario para plantearse como habitantes de un espacio común y para demostrar que su boca emite también una palabra que enuncia lo común y no solamente una voz para denotar dolor. (p. 34)

Pero no es sólo el hecho de darle forma a un discurso, sino de la redistribución de lo sensible que esto pueda generar. La política no es duradera o eterna, sino un momento que logra demostrar una igualdad entre los sujetos sin parte en lo sensible y los que siempre han gozado de la riqueza de las partes (Rancière, 1996). Hay política cuando se logra una redistribución de los espacios e identidades, se hacen visibles los sujetos que no lo eran y ese ruido que emitían toma forma de discurso.

La política puede surgir de diferentes actores o acciones, para Rancière (2012) una de ellas es la *aisthesis* o estética, “el nombre de la categoría que, desde hace dos siglos, designa en Occidente el tejido sensible y la forma de inteligibilidad de lo que llamamos «Arte»” (Rancière, 2013, p. 9)²⁵. La importancia de este concepto radica en su capacidad de “construir espacios y relaciones para reconfigurar material y simbólicamente el territorio de lo común” (Rancière, 2012, p. 31). Es decir, la manera en que las prácticas y formas de visibilidad logran, a través de la estética, intervenir el reparto de lo sensible. Pero ¿en qué sentido el graffiti logra construirse como una práctica estética? Rancière (1996) argumenta que

lo que constituye el carácter político de una acción no es su objeto o el lugar donde se ejerce sino únicamente su forma, la que inscribe la verificación de la igualdad en la institución de un litigio, de una comunidad que sólo existe por la división. (p. 47)

²⁴ Es importante resaltar que en la cultura de masas sí existe la figura del tiempo libre. Sin embargo, la industria cultural logra que ese tiempo esté orientado a la distracción, provocando que no se experimente nada diferente al consumo.

²⁵ Para Rancière (2012) la estética está ligada al arte, sin embargo, es oportuno aclarar que no es materia ni interés de esta investigación definir al graffiti como un arte, sino como una práctica estética porque posee la capacidad de reconfigurar las experiencias y espacios sensibles.

Es decir que el carácter político de su acción radica en la verificación de igualdad que puede ser capaz de generar y no en su forma. La estética tiene la capacidad de ser política porque logra “una suspensión en relación con las formas ordinarias de la experiencia sensible” (Rancière, 2012, p. 33) e inscribe una igualdad porque en el régimen estético la identificación se funda en una relación específica entre prácticas, formas de visibilidad y modos de inteligibilidad que le pueden dar el don de la palabra a los sujetos sin parte (Rancière, 2012).

¿Qué relación puede encontrar la estética con los movimientos sociales? Que estos nacen de las contradicciones y conflictos de la sociedad, pero son capaces de expresar proyectos que son el resultado de una experiencia de las personas (Castells, 2012). Algunas de las prácticas empleadas por los movimientos, como el graffiti, le permiten a los sujetos que “no tienen tiempo” tomar ese tiempo para ser habitantes poseedores de la palabra en el espacio común, que en este caso es la ciudad. El graffiti como práctica estética brinda una posibilidad de demostrar que son sujetos que poseen el don de la palabra, y como movimiento articula una serie de valores, ideas y acciones que representan una contradicción a la cultura dominante, que ha sido identificados como: caminar o recorrer la ciudad, la diversión, independencia o autosuficiencia, clandestinidad o ilegalidad y el anonimato.

En primer lugar se encuentra la acción caminar para poder intervenir el espacio, el graffiti “en esencia es eso, es caminar. [...] La gente que hace graffiti está recorriendo todo el tiempo, está caminando, si usted no camina no puede estar haciendo graffiti porque usted necesita hacer una firma acá y otra acá” (Stinkfish, comunicación personal, 23 de julio de 2019). Atravesar un espacio tiene origen en la necesidad natural del ser humano de moverse para obtener alimento e información necesaria para su supervivencia (Careri, 2002). “Sin embargo, una vez satisfechas las exigencias primarias, el hecho de andar se convirtió en la primera acción simbólica que permitió que el hombre habitara el mundo” (Careri, 2002, p. 20). En ese sentido, explica Careri (2002), la acción de caminar permitió y permite modificar los significados de los espacios atravesados y el recorrido “se convierte en la primera acción estética que penetró en los territorios del caos” (Careri, 2002, p. 20), permitiendo una suspensión en las formas comunes de la experiencia sensible.

¿Qué significa caminar en una ciudad como Bogotá? Esta ciudad posee una configuración que implica la ruptura de relaciones sociales en el espacio público, al crear cuerpos móviles veloces que no se detienen para nada más que consumir. A su vez, las imágenes (publicidad) que se mueven en el espacio público se limitan a manejar la misma lógica que el resto de la ciudad. La acción de

caminar representa una ruptura en ese orden de cuerpos móviles veloces, al realizar una transformación física y simbólica del territorio, gracias a la construcción de un imaginario de la ciudad.

Los imaginarios son las diversas representaciones colectivas que logran regir los procesos de identificación social y con los que se interactúa en la cultura, creando unos modos particulares de comunicación y relación social, haciendo visible la invisibilidad social (Silva, 2006). De igual manera, tienen la capacidad de intervenir en los modos de ser y actuar en un núcleo social, saliendo de los espacios físicos, para entrar en los terrenos simbólicos que son una articulación de interpretaciones individuales y colectivas del mundo y la realidad (Silva, 2006), en este caso, de la ciudad. El territorio urbano se consolida como un imaginario en el que se habita física y mentalmente por medio de una necesidad por recorrerlo y marcarlo, otorgándole un significado (Cabrera, 2018). El graffiti también es un comportamiento social que construye ciudad a partir de sus intervenciones gráficas y pictóricas hechas en el recorrido de los espacios. Esto produce una serie de representaciones colectivas e individuales que rigen el proceso de identificación en una forma de interactuar con la cultura y la ciudad (Cabrera, 2018). De esta manera, el espacio público sufre una transformación, pasando a ser, no sólo en un lugar de tránsito, sino también en un lugar de interacción y comunicación social.

El espacio público es donde confluye todo tipo de personas, desde el chirrete hasta el burgués. Es el medio y la plataforma de comunicación más amplia que existe con un montón de universos desde las individualidades de la gente que lo habita [...] es el espacio de comunicación más amplio, pues aprovecharlo y difundir las ideas que uno tiene (Carsal, comunicación personal, 16 de marzo de 2020).

El graffiti construye un imaginario de la ciudad que rigen unos modos de ser y actuar específicos basados en una interacción con el territorio y las personas que lo habitan a partir de la idea original del espacio público como el lugar en el que se construye la vida civil, pero también como una plataforma para comunicar, como lo señala Skore999 (comunicación personal, 29 de marzo de 2020) “es el soporte más visible para cualquier persona que tenga que vivir en una ciudad”.

Esta transformación del territorio obedece a un modo de actuar particular, un acto de confianza que parte del hecho de saber que alguien entiende lo que un graffiti dice o representa, convirtiéndose en una invitación abierta al diálogo (Camilo López, comunicación personal, 22 de

julio de 2019). Así, el graffiti pasa a ser un medio utilizado por los sujetos sin parte para demostrar su don de la palabra, esta expresión

nace en unos contextos muy específicos donde ciertas personas necesitan decir “yo existo” y mi manera de existir es salir y poner mi nombre o mi apodo o mi firma o mi carácter o lo que sea, una y otra vez, no es salir y ponerlo una vez, es decir: yo existo y este es mi espacio (Stinkfish, comunicación personal, 23 de julio de 2019).

Sin embargo, es necesario tener presente que este movimiento posee un carácter contracultural, pero no radica exclusivamente en el hecho de oponerse con fervor al modelo de ciudad y a la industria cultural, sino en la capacidad de crear experiencias sensible diferentes a las ordinarias a partir de una redefinición del espacio público como se ha venido abordando. Reside en su intento por explorar instituciones alternativas a la cultura dominante, pero sobre todo de crear nuevos patrones de vida e interacción social (Clarke, Hall, Jefferson, Roberts, 2014) que surgen a partir de ese imaginario colectivo en el que la ciudad es más que una plataforma comunicativa, también es la arena donde se desarrolla el segundo atributo, el libre juego.

El graffiti, para muchos de sus escritores, es un juego que tiene como objetivo pintar el mayor número de muros posibles, es una actividad basada en la diversión (Casas, 2015), así lo señala el escritor bogotano Suber: “ese es nuestro trabajo, apropiarnos de las cosas y pintar, estar felices pintando” (Shock, 2018). Adorno y Horkheimer (1994) explican que en la sociedad administrada la diversión es una prolongación del trabajo que promete una distracción, pero sigue estando ligada los clichés de la cultura bajo el capitalismo. En contraposición a esto se encuentra el juego, una experiencia estética que realiza una suspensión del poder cognitivo y el entendimiento que determina los datos sensibles según sus categorías (Rancière, 2012).

El juego representa una experiencia sensible diferente porque es una actividad que equivale a una inactividad, “no tiene otro fin que ella misma, que no se propone ninguna toma de poder efectiva sobre las cosas y sobre las personas” (Rancière, 2012, p. 41). El graffiti es una inactividad basada en la búsqueda de la diversión, como se puede observar en las declaraciones de Alice (comunicación personal, 30 de marzo de 2020): “siento que no hay un porqué, simplemente lo empecé a hacer por diversión”. El graffiti, aunque nace en unos contextos determinados como una respuesta y resistencia a la cultura dominante y su modelo de ciudad, su propuesta inicial no es una toma de poder efectiva, sino la construcción de un patrón de vida y experiencia sensible diferente.

La comunidad del graffiti como multitud y fenómeno mundial ha cambiado la ficción que ha impuesto el capitalismo sobre el dinero. Existen retos más apasionantes e infinitos que obtener dinero, como ser el dueño de una ciudad, el rey de un barrio o una avenida; querer marcar con un nombre el mundo entero, apropiarse de algunos lugares, muros, techos, vehículos y hasta ser el propietario de modelos de trenes alrededor del mundo. (Caz, 2015, p. 58)

El siguiente atributo para describir es la independencia o autogestión, para Stinkfish (comunicación personal, 23 de julio de 2019) y Carsal (comunicación personal, 16 de marzo de 2020) es una caracteriza fundamental que deben tener todas las expresiones en las calles para ser consideradas graffiti y la cual les otorga valor. Para entender este rasgo, es necesario remitirse al concepto de autosuficiencia descrito por Rancière (2012), el cual se entiende como la “indiferencia a todo proyecto político particular y su rechazo absoluto en la decoración del mundo prosaico” (Rancière, 2012, p. 53); la obra no desea nada porque no posee un punto de vista y no trasmite un mensaje –al menos de manera explícita–, no se preocupa por la democracia o la antidemocracia, pero es igualitaria por esa indiferencia que suspende toda jerarquía existente (Rancière, 2012).

Partamos de la idea que el potencial político de una obra o acción se fundamenta en esa autosuficiencia que permite la realizar una separación radical de las formas de la mercancía estatizada y el mundo administrado porque para denunciar la división del trabajo y los embellecimientos de la mercancía, a veces necesita ser más mecánica e inhumana que los productos de consumo de masas (Rancière, 2012). Así lo hace el graffiti, “es sucio, es gris, es tosco, es pesado, es agresivo [...] el graffiti raya con todo, raya con la cotidianidad, con el espacio” (Alice, comunicación personal, 30 de marzo de 2020) y como se ha venido trabajando hace una denuncia y separación del mundo administrado por la industria cultural, alejándose de la ideología de la prosperidad que existe al interior de la ciudad, remplazándola por un juego que no tiene otro fin más que él mismo. Pero también es autosuficiente porque a diferencia de otras expresiones, el graffiti no ha necesitado de personas o instituciones que lo reconozcan, bauticen o indiquen qué puede ser válido o no en su interior; es una expresión pura sin intermediarios ni validadores (Zuloaga, 2016).

Hasta este momento se han descrito tres de los cinco atributos que fueron posible identificar con base en las entrevistas realizadas. Sin embargo, se propone trabajar los restantes de manera separada y más concreta. Los atributos anteriores se cumplen siempre, mientras que para algunos

de los entrevistados la clandestinidad y el anonimato, por diferentes razones, no siempre se cumple, pero siguen siendo importantes y altamente valorados por esta colectividad.

2.2.1.1. Devenires anónimos y clandestinos

*Para que nos vieran, nos tapamos el rostro;
para que nos nombraran, nos negamos el nombre.*

Subcomandante Marcos (1995)

Cuando se habla de graffiti es inevitable mencionar como algunas de sus características el anonimato y la clandestinidad, debido a los orígenes y desarrollo que ha tenido esta práctica alrededor del mundo. Sin embargo, dependiendo de la forma en la que se desarrolle o piense alrededor de estos atributos es posible ver que no siempre se cumplen, como lo explica Carsal (comunicación personal, 16 de marzo de 2020):

La clandestinidad y el anonimato no se da dentro de ninguna expresión urbana en estos momentos, ni en el graffiti [...] Eso no existe. En este círculo, en esto, no existe. Siento que eso sólo se concibe de una manera política donde el graffiti no hace parte. [...] en este momento, en el mundo como está tan congestionado y contaminado de redes, de internet, de todo esto, es imposible que exista el anonimato y la clandestinidad. Digamos que así uno piense y quiera eso, en la calle lo están viendo, en la calle le están tomando fotos, en la calle lo están compartiendo.

No obstante, siguen siendo importantes a la hora de describir esta colectividad porque al interior de ella se les sigue dando importancia, como lo describe Stinkfish (comunicación personas, 23 de julio de 2019) “hay unas características que deben cumplir las expresiones en la calle para que sean graffiti. Una es que sea ilegal, otra es que sea independiente y otra es que sean anónimo”. En ese sentido, vale preguntarse ¿en qué sentido se puede llegar a ser anónimo y/o clandestino en un mundo administrado casi por completo y qué sentido podría tener?

Alice (comunicación personal, 30 de marzo de 2020) explica que los escritores de graffiti se mantienen en una búsqueda constante del anonimato, pero como lo señala Carsal (comunicación personal, 16 de marzo de 2020) en el mundo administrado todo está perfectamente identificado, entonces ¿por qué buscar y asumir el hecho de ocultar el rostro? La industria cultural siempre negó la capacidad que tiene el individuo de construirse como un sujeto real, razón por la cual empieza a concebirlos como una masa (Szpilbarg, Saferstein, 2014). Sin embargo, cuando empieza a separarse de las dinámicas impuestas por la cultura hegemónica se individualiza, para poder

golpearlo con la impotencia económica prolongada del espíritu del solitario (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 178). Es ahí donde cobra importancia el anonimato, no consiste en construirse como un *ser-anónimo*, sino en los *devenires-anónimos* que son procesos de conversión de una forma de anonimato en otra (Rancière, 2005).

¿Dar la cara para construir una identidad en un mundo donde aparentemente la identidad lo es todo pero a la final es lo que menos importa? Un nombre más, una cara más, un número de cédula más, una mentira más (Stinkfish, 2015, p. 26).

Para Rancière (2005) lo anónimo es una relación de los términos del anonimato: el anonimato ordinario de una condición social, en este caso, el de la masa que consume mercancía y servicios estandarizados. El devenir-anónimo de una subjetivación política de una nueva forma de entender la ciudad y percibirse como un sujeto con el don de la palabra. Así mismo, el devenir-anónimo característico de un nodo de representación al ser “el nombre bajo el cual los obreros pierden su identidad de «agentes sociales», en su lugar y en su *ethos* propios, para convertirse en los autores de una enunciación colectiva” (Ranciere, 2005, p. 77).

La fuerza de este atributo residen en la capacidad de “crear una identidad al interior de otra y usarla cuando se conviene, aprovecharla y divertirse” (Stinkfish, 2015, p. 26), en escapar de toda identidad y dinámica de la industria cultural, en usarla sólo para un juego. El anonimato se convierte en la voz de los que siempre fueron una masa anónima. Rancière (2005) explica que esta acción representa una práctica estética por la posibilidad que brinda de escapar del estatus quo; en él se está fuera de toda fuerza estatal, social o mercantil, y se convierte en una subjetivación de la fuerza política de los que siempre han sido sólo una masa.

Por otro lado, cuando se habla de clandestinidad o ilegalidad al interior del graffiti no es un sentido literal o explícito, como lo señala el escritor de graffiti bogotano Arise en una entrevista al medio independiente Diez Cero Uno (2014): “está directamente ligado, no sé si a la ilegalidad como el crimen y tal, sino es ilegal y ya. Es algo que no es un comportamiento aceptado por el común de la sociedad”. El filósofo Armando Silva afirma que el graffiti se distingue de otras expresiones a partir de una escritura de lo prohibido, con una manera de actuar desde lo clandestino y por lo tanto no pide permiso (Shock 2018). Este atributo es un resultado de la interacción de todos los demás, porque obedece a la construcción de un imaginario sobre la ciudad que redefine el espacio público gracias a la autonomía de la práctica.

Se debe tener en cuenta que la autonomía estética no hace referencia a una autonomía del “hacer”, sino de una forma de experiencia sensible, es decir, de crear expresiones al servicio de la política que tengan como objetivo romper con el orden de las dominaciones (Rancière, 2012), como lo hace el graffiti al irrumpir en la repartición sensible de la ciudad. Lo que provoca un imaginario de la ciudad que no se encuentra limitado al mundo administrado y busca desconocerlo al redefinir el espacio público como “un dominio que no tiene reglas. Es un dominio fuera de reglas. [...] la cotidianidad de las personas a la vista de ellas [...] es un espacio donde cada ser puede interpretar y está libre de reglas” (Alice, comunicación personal, 30 de marzo de 2020), dejando en evidencia la autonomía real de esta práctica gracias al aprovechamiento del tiempo de ocio, en una búsqueda de experiencias sensibles que asemejan a la libertad que niega el mundo administrado y sus ciudades, como la descrita por Stinkfish en un registro audiovisual hecho por la marca de aerosoles colombiana Auster:

Poder salir con ese objetivo de pintar algo que quiero pintar y de la manera que quiero pintarlo, en el momento, en el tiempo que quiero pintarlo y poder llevarlo a cabo sin depender de nadie [...] creo que en esos momentos donde uno logra alinear todo eso, para mí esa es la sensación de libertad (Auster Spray, 2019).

En ese orden de ideas ha sido posible caracterizar unos atributos que componen la narrativa política del graffiti, a partir de unas prácticas estéticas que permiten diferenciarlo de su antagonista y otros actores y movimientos sociales: la repetición de una acción que va de la mano con la necesidad de tener que recorrer los espacios urbanos, el libre juego y la independencia. La articulación de estos atributos configuran la fuente de sentido del graffiti que permite una identificación simbólica, a partir de una experiencia sensible y redefine el espacio público como un espacio común que se puede intervenir y habitar a partir de la creación de un nuevo imaginario de la ciudad que rige el proceso de representación colectiva al interior del movimiento.

La importancia de la estética radica en la recuperación del derecho a la vida que ha sido negado por el mundo administrado (Adorno, 2004). Ahí reside el potencial político del graffiti, al permitirle a cada escritor escapar de la experiencia ordinaria que ha reducido la vida a una búsqueda apasionada por el dinero y ninguna actividad tiene razón si no se funda en esta premisa (Caz, 2015). En ese sentido, no es sólo un medio para desafiar a un antagonista, sino en una experiencia política en la que los sujetos sin parte tomaron ese tiempo que supuestamente no tienen, para demostrar que poseen la palabra no sólo para expresar el dolor y el placer. Así, el graffiti se convierte en “una

forma de intervenir la ciudad desde una conciencia particular” (Casas, 2015, p. 73). Este proceso de identificación colectiva que altera los modos de ser y actuar en el núcleo social urbano y la relación con otros actores en su interior, traspasando los espacio físicos, para entrar en los simbólicos con una articulación de interpretaciones individuales y colectivas de la ciudad. El territorio se consolida como un imaginario en el que se habita física y mentalmente, por medio de la conciencia colectiva que crea esta interpretación de la realidad que nace de una actividad que no se propone una toma efectiva del poder, sino la creación de un proyecto de vida en el que las personas son las protagonistas de su propia vida.

3. Construyendo movimiento y generando política: acción colectiva y cambios culturales

Pero al contar la vida, todo cambia; sólo que es un cambio que nadie nota; la prueba es que se habla de historias verdaderas.

Sartre (2006, p. 43)

Hasta este momento se estudiado e identificado la identidad política del graffiti que ha permitido una identificación colectiva, a partir de una serie de atributos particulares. Partamos del hecho que la mayor característica de los movimientos es que su proyecto se basa fundamentalmente en la búsqueda de unos cambios culturales o sociales que se evidencian a partir de unos cambios políticos, legales o de opinión pública (Castells, 2012). Los movimientos representan la posibilidad efectiva que tienen las personas para agruparse y tejer redes de apoyo entre ellos que les permite reconfigurar el orden establecido (Castells, 2012) y son los verdaderos agentes del cambio (Castells, 1997). ¿Dónde tiene origen un movimiento? No es producto del azar y no toda colectividad se consolida como tal, para eso deben pasar por un proceso de construcción que no es únicamente la existencia de un desafío y objetivo común

La acción colectiva es la base de todo movimiento, no existe una forma específica de entenderla, “puede ser breve o mantenida, institucionalizada o disruptiva, monótona o dramática” (Tarrow, 1994, p. 19). Se produce en el marco de las instituciones por grupos que actúan bajo unos objetivos comunes que suelen no ser importantes para la sociedad, pero es usada por esas personas que carecen de acceso a las instituciones (Tarrow, 1994). Sin embargo, para llevar a cabo estas acciones no se necesita sólo motivación o intención, responden a una estructura de oportunidades que posibilitan que sean llevadas a cabo y permiten generar cambios. Una colectividad pasa a ser movimiento cuando los actores sociales conciertan acciones concretas –que responden a una estructura de oportunidades políticas– en torno a esas aspiraciones y objetivos comunes, junto con un mantenimiento de ellas, es decir, una interacción constante con sus antagonistas.

Partamos del hecho que la acción colectiva se caracteriza por representar un desafío que genera solidaridad e incertidumbre (Tarrow, 1994). Para entender cómo el graffiti logró ser un movimiento social y posee todas estas particularidades que los identifican, será necesario hacer un breve resumen de lo ocurrido con él en Bogotá desde su origen a la actualidad, haciendo énfasis en la última década (2010-2019) en la que será posible ver el uso de la acción colectiva y una serie de cambios generados en la ciudad.

El filósofo Armando Silva explica que el graffiti llega a la ciudad a finales de la década de 1980 en Colombia, pero para ese entonces perteneció casi de manera exclusiva a grupos políticos estudiantiles influenciados por el mayo del 68, también a grupos margen de la ley como las guerrillas M-19, ELN, las FARC, e incluso paramilitares (Shock, 2018). No obstante, en la década de 1990 el graffiti deja de pertenecer exclusivamente a estos grupos y movimientos políticos, debido a la llegada de discos de rap se empieza a conocer el *graffiti writing* (Cartel Urbano, 2016) y se empiezan a ver los primeros escritores de tiempo completo en la ciudad, como Tab 29, Fear, el grupo de rap CTO (Cabrera, 2018), Dexs, Oспен, Beek, entre otros (Cartel Urbano, 2016) quienes empiezan a hacer los primeros *tags* y *throws up* en la ciudad. Sin embargo, como lo expresa Fco²⁶ (Pulzo, 2016) no es sino hasta el 2001 que existe una evolución en la técnica cuando el grupo Tats Cru visita Bogotá. Esto representó un aumento en la posibilidad de irrupción porque sería un detonante para el mejoramiento de la práctica y llegada de nuevos escritores (Cabrera, 2018).

El graffiti iba cobrando importancia poco a poco en la ciudad a tal punto que durante la alcaldía de Luis Garzón (2004-2007) se realizaron diferentes convocatorias para realizar murales en el marco de actividades y proyectos como “Muros Libres”, el Festival Distrital de Juventud y la jornada “Graffiti y mujer” (El Tiempo, 2007). Sin embargo, para esa fecha el graffiti no reflejaba cambios importantes en la ciudad, es hasta el año 2011 con el asesinato de Tripido es que realmente cobra importancia y se puede hablar de un movimiento social. A partir de este hecho, se pueden evidenciar los principales cambios en la ciudad con respecto a la percepción sobre el graffiti y el uso del espacio público, como es el Acuerdo 482²⁷ (2011) “por medio del cual se establecen normas para la práctica de graffiti en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones”, lo que coincidiría con el comienzo de la alcaldía de Gustavo Petro (Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte [SCRD], 2013).

El entonces nuevo Secretario General de la Alcaldía, Eduardo Noriega, realizó una mesa interinstitucional en el 2012, con el propósito de discutir y elaborar una propuesta de decreto reglamentario del Acuerdo 482 (SCRD, 2013). Esta mesa se contó con la presencia de diferentes

²⁶ Fco es un escritor de graffiti de Bogotá. Esta declaración se encuentra en el marco de la serie documental “Corre por los muros” (2016).

²⁷ En el año 2007 un grupo de personas realiza una acción popular que responsabiliza a la Alcaldía por contaminación visual, por lo cual el Juez 30 administrativo de Bogotá falla a favor de los demandantes en el año 2010 y entre las ordenes que se le da a la Alcaldía está reglamentar el tema del graffiti en la ciudad. Debido a lo ocurrido con Diego Becerra y en cumplimiento con la orden del Juez nace el Acuerdo 482 de 2011 (Pulzo, 2016).

actores institucionales como la Secretaría General, SCR²⁸, SDA²⁹, el DADEP, IDU³⁰, IDRD³¹ IDARTES. El resultante fue el Decreto 75 de 2013 “por el cual se promueve la práctica artística y responsable del graffiti en la ciudad y se dictan otras disposiciones” y la ampliación de espacios para los escritores y demás ciudadanos que buscarían generar diálogo entre ellos y las autoridades con respecto al tema (SCRD, 2013).

Se fomentaron espacios como la Mesa Distrital de Graffiti y las mesas locales en un intento por promover la práctica “responsable” en un diálogo entre los escritores y entidades públicas (SCRD, 2013). Se aprovechó la Mesa Distrital de Hip Hop, donde ya se discutía sobre el graffiti, para formalizar la Mesa Distrital de Graffiti. Los actores institucionales hacían una promoción de esta práctica. Se empezaron a conceder permisos “oficiales” para realizar murales de mediano y gran formato en el espacio público (SCRD, 2013). También se creó la Escuela de Multiplicadores de Cultura para la vida, de la que formaron parte cerca de 150 personas entre funcionarios públicos, autoridades policiales y escritores, con el objetivo de:

Generar procesos de formación y sensibilización sobre la práctica responsable del graffiti en Bogotá, según lo estipulado en el Decreto 75 de 2013, teniendo en cuenta la libertad de esta práctica, pero también los lugares que la ciudad considera como inadecuados para su realización (SDCRD, 2014).

Esto iba generando un cambio en la forma de entender el espacio público por parte de los actores institucionales, motivo por el cual IDARTES empezó a destinar presupuesto para realizar intervenciones artísticas de gran formato en diferentes puntos de la ciudad, como en la calle 26 y la carrera NQS (SCRD, 2014). Por parte del Alcalde Mayor, Gustavo Petro, y en cabeza de IDARTES, se realizaron 200 intervenciones de gran y mediano formato en la ciudad (Trujillo, 2015, p. 2). Sin embargo, la muerte de Tripido a manos de un policía sería también el inicio de una estructura de oportunidades.

La acción colectiva prolifera cuando existen esos actores sociales que son sujetos sin parte, logran un acceso a los recursos necesarios para escapar de la pasividad habitual y encuentra las oportunidades para disponer de ellos (Tarrow, 1994). Además, también es importante para un movimiento la posibilidad de organización, así sea de forma descentralizada (Castells, 1979). El

²⁸ Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

²⁹ Secretaria Distrital de Ambiente.

³⁰ Instituto de Desarrollo Urbano.

³¹ Instituto Distrital de Recreación y Deporte.

graffiti, como todo movimiento, también posee acciones colectivas coordinadas u organizadas que responden a una estructura de oportunidades.

Durante octubre de 2013, el cantante de pop Justin Bieber visita Bogotá, pero antes de terminar su estadía fue escoltado por algunos agentes de la policía mientras realizaba graffitis en la Avenida Calle 26. La noticia fue importante para la opinión pública, en especial por el esclarecimiento de los hechos por parte del ex General de la Policía, Rodolfo Palomino, quien argumentó que el graffiti era un arte y que debía ser respetado (The Washington Post, 2013). Las declaraciones provocaron grandes críticas por parte del movimiento del graffiti contra la institucionalidad, argumentando la existencia de una doble moral por parte de entidades como la policía. Según ellos un famoso podía ir a pintar mientras que con un muchacho del común la policía era completamente represiva (The Washington Post, 2013). Debido a esto, muchos escritores y artistas convocaron a un evento llamado “Graffiti 24 horas” que consistía en pintar la Calle 26 por 24 horas seguidas, sin importar qué o quién se interpusiera, para hacer público el descontento por lo ocurrido y la falta de coherencia por parte de la policía (The Washington post, 2013).

Un segundo caso de acción colectiva organizada se presentó en el año 2014. Debido a una destitución –temporal– del cargo a Gustavo Petro, Rafael Pardo se convierte en el alcalde de la ciudad durante un corto periodo de tiempo, en el cual una de sus primeras acciones fue ordenar borrar los graffitis de la Avenida Calle 26, argumentando que no estaban autorizados (El Tiempo, 2014). Frente a este hecho, la comunidad de graffiti reaccionó negativamente y hubo una reunión de la Mesa Distrital de Graffiti con el entonces Secretario de Gobierno, en la que se expresó el disgusto por lo ocurrido que no tuvo mucho éxito, por lo que se anunció una segunda versión de “Graffiti 24 horas” (Cartel Urbano, 2014) en el que incluso se contó con el acompañamiento de la Policía (Bacánika, 2014). Lo que provocó que el Alcalde temporal diera de nuevo declaraciones sobre lo ocurrido y afirmando que seguiría borrando los graffitis que no contaban con autorización y afectaban el patrimonio de la ciudad, pero añadiendo que dio la orden de que se dejaran de borrar los graffitis realizados en la Calle 26 (El Espectador, 2014). Además, añadió que se mantendría la política de graffitis que estaba vigente en la ciudad desde el año 2013 (El Tiempo, 2014).

La importancia que el graffiti había adquirido en la ciudad se hizo evidente incluso en las elecciones regionales llevadas a cabo en el año 2015, en las que se eligió con el 32% de votos como nuevo alcalde a Enrique Peñalosa³² (El Espectador, 2015). Sus propuestas y acciones se realizaron

³² Enrique Peñalosa fue alcalde de la ciudad entre 1998 y 2000.

bajo el eslogan “Recuperemos Bogotá” y entre ellas estaba mejorar la seguridad y la convivencia en la ciudad. Para eso, propuso una estrategia de prevención en la que incluía un mejoramiento de la calidad de los entornos urbanos que habían sido afectados de diversas maneras entre ellas con el graffiti, argumentando que existía una relación directa con el caos y desorden, siendo así un generador de crimen, como lo decía su programa de gobierno:

Mejoraremos la calidad de los entornos urbanos más afectados por el desorden, la falta de iluminación, las basuras y escombros y los graffitis en espacios no permitidos que generan caos y desorden y fomentan el crimen, para cerrarle espacios a la delincuencia. Una ciudad limpia, con orden, donde se cumplen las normas de convivencia es mucho menos atractiva para los delincuentes (Peñalosa, 2015, p. 1).

Por otro lado, Daniel Mejía, nombrado Secretario de Seguridad por el nuevo alcalde, en una entrevista hecha por El Tiempo, días antes del comienzo de esta administración, dijo:

Vamos a pedirle a la Policía que lideremos una fuerza especial para el espacio público y hacer cumplir las normas que ya existen para que la ciudad no esté llena de desorden, de graffitis, de pasacalles o avisos de conciertos en los postes. [...] Puede no haber un solo ladrón, pero si está lleno de graffitis que no son artísticos, por ejemplo, genera percepción de inseguridad y hay que atacarlo (El Tiempo, 2015).

Se empezó a hacer una “limpieza” de la ciudad exclusivamente contra los graffitis que habían sido realizados sin autorización y en lugares no permitidos. Pero los espacios ganados por el graffiti no podían ser suprimidos ni siquiera por un cambio de administración, como se pudo observar con eventos de arte urbanos como Distrito Graffiti en la localidad de Puente Aranda. Nathalia Bonilla, ex subdirectora de las prácticas artísticas de la SCR D (21/03/20), dijo para La Pepa³³ que esta localidad durante años ha sido un espacio industrial lleno de bodegas, fábricas y paredes grises, lo que la administración pretendía con este evento era ampliar estas fronteras de lugares para turistas en Bogotá, que no sólo fuera el centro histórico, pues ve en el arte urbano una oportunidad económica y turístico, dejando como resultado una galería de arte urbano.

Por otro lado, cuando un movimiento logra una influencia cultural, en especial en las generaciones jóvenes y más activas, los políticos tratarán de responder a sus valores y preocupaciones en una búsqueda de su beneficio electoral, pero lo harán dentro los límites legales y en su lealtad a la economía (Castells, 2012), como ocurrió en las elecciones regionales de 2015.

³³ Programa del medio digital “La Silla Vacía”

Al inicio de la Alcaldía de Enrique Peñalosa, se borraron unos graffitis de la Calle 26 y se difundió la imagen, afirmando que el nuevo alcalde buscaba censurar la práctica, después se conoció que fue porque se iba a realizar un mural con el apoyo de la Alcaldía; este hecho provocó reacciones en diferentes personas como en la exsecretaria de cultura de Gustavo Petro, Carisa Ruíz, quien afirmó que:

El grafiti es una moneda con dos caras, creo que ese es un tema muy clave, donde se puede ver el talante de las administraciones. Aspiro que los que ahora llegaron al poder no vayan a hacer lo que en ese momento hicieron el general Palomino y su hermano, que fue pintar las paredes. El grafiti hoy hace parte de una corriente mundial de estética que busca que las expresiones estén en el espacio público, y eso tiene que ver con una manera de ver la vida (Arcadia, 2016).

De esta manera, el grafiti se fue convirtiendo esta práctica en un tema relevante para las diferentes las agendas de gobierno de las alcaldías y los políticos como ocurrió durante los periodos de Gustavo Petro y Enrique Peñalosa que, a pesar del cambio de administración, la política sobre grafiti que fue establecida en el año 2013 se mantuvo y no ha cambiado. Incluso miembros del Concejo de Bogotá utilizaron el tema para realizar campañas en su nombre, como el caso de Hollman Morris.

Imagen 1. Campaña de Hollman Morris



Fuente: página oficial de Facebook de Hollman Morris (2016)

Sin embargo, se debe tener presente que la importancia de un movimiento y sus acciones colectivas no serán para siempre y entrarán en decadencia porque responden a una estructura de oportunidades políticas que no es permanente porque debe existir una condiciones o hechos previos

(Tarrow, 1994). Pero las transformaciones hechas no dependen de esto, aunque el graffiti ha perdido importancia en la opinión pública, sigue siendo un tema presente en las futuras agendas de gobierno como se puede ver en las elecciones regionales de 2019. Aunque el tema no tenía la importancia que tuvo en las elecciones de 2015, no se pudo pasar por alto. Algunos de los candidatos como Carlos Galán y Claudia López durante sus campañas afirmaron que apoyaría los diversos proyectos de arte urbano porque son una estrategia para mejorar la convivencia y la participación ciudadana de esos sectores (Arcadia, 2019). De igual forma, en otro momento cuando Claudia López ya era alcaldesa electa, expresó que no apoyaba la llamada “fiesta brava” o temporada taurina y ofreció a la ciudadanía otros espacios culturales como Distrito Graffiti (RCN, 2020).

Este tipo de hechos pueden parecer poco relevantes para algunas personas, pero son un reflejo de los cambios culturales en los que ha podido generar el graffiti en la ciudad con respecto a las formas de entender el espacio público y esta práctica. En el capítulo anterior, al hacer una descripción de los atributos culturales de este movimiento, se pudo observar como el espacio público sufre una transformación a partir de diferentes prácticas estéticas que permiten construir un imaginario de la ciudad en el que sus espacios no son sólo lugares de tránsito, sino como la mayor plataforma comunicativa que puede tener una persona en un entorno urbano.

Este imaginario ha permeado las formas de concebir la ciudad de los diferentes actores sociales gubernamentales, por ejemplo, Santiago Trujillo (2015), exdirector de (IDARTES) en una publicación de la entidad, argumentó que las ciudades tienen un espíritu transformador que en muchos casos es el arte, haciendo referencia al graffiti. También en el mantenimiento de convocatorias para realizar murales de mediano y gran formato como Distrito Graffiti o el “Programa Distrital de Estímulos” y su beca para realizar “Murales para la sana convivencia”, descrito por la SCRD como una forma de contribuir a la construcción de comunidad por medio de la apropiación del espacio público para transformar las realidades de los territorios (SCRD, s.f.). Estos son prueba de este imaginario que penetrado las entidades e instituciones y ha perdurado incluso con el cambio de administraciones.

Sin embargo, como lo explica Castells (1979), todo movimiento provoca un “contra-movimiento” que es la expresión de una intervención del aparato político por medio de la represión o la integración (Castells, 1979). En este caso, se hizo una transición de contra-movimiento de represión a la integración producto de la percepción que cambió alrededor del graffiti al dejarlo de

entender como un simple ruido que tomó forma de un discurso válido por parte de los sujetos sin parte. Antes se consideraba el graffiti como una actividad completamente prohibida, Fear³⁴ afirma que “era como robar un banco” (Pulzo, 2016). No obstante el contra-movimiento a partir de la integración pretende institucionalizar las expresiones para poder ejercer cierto tipo de control sobre ellas, como lo señala el escritor colombiano Saga Uno³⁵: “toda esta política que quiere meter la mano al graffiti, sin joder, yo creo que el objetivo es para hacernos ver a los escritores más vándalos y a los más plásticos como esto es lo correcto, ese es el camino. Quieren es callar el caos que es culpa de ellos mismo” (Diez Cero Uno, 2014) lo que explica también los cambios legales producidos alrededor del graffiti como el Decreto 75 de 2013 de la Alcaldía que busca promover **la práctica artística y responsable del graffiti**, a partir de una limitación de sus expresiones y espacios permitidos.

La integración también se ve reflejada en el incremento de obras de arte urbano en la ciudad financiadas no sólo por entidades públicas, también de empresas privadas que ha permitido que diferentes escritores de graffiti y artistas urbanos puedan vivir de la práctica, como lo expresaron Skore999, Camilo López y Stinkfish en las entrevistas realizadas a cada uno. Vale la pena hacer una distinción entre el graffiti y el arte urbano, la mayoría de los entrevistados coincidieron que el arte urbano se diferencia por ser una expresión que obedece las dinámicas del mercado porque se puede vender, comprar, encargar, etc., mientras que el graffiti busca alejarse de ellas, como se explicó en el anterior capítulo. En ese orden de ideas, se busca una integración del graffiti a las dinámicas del mercado a partir de la promoción del arte urbano, como lo describe Carsal (comunicación personal, 16 de marzo de 2020):

El capital capta todo lo que esté de moda o todo lo que esté siendo de agrado de la sociedad o de la gente para cogerlo y explotarlo y venderlo. Entonces, entendiendo esa dinámica capitalista, las instituciones lo que hicieron fue coger esa técnica [...] la técnica del graffiti para institucionalizar una fachada muy bonita de lo que quieren ellos, como de dar una sensación de bienestar, que es lo que siempre nos venden los gobiernos y los diferentes sistemas.

Sin embargo, a pesar de todos los intentos de contra-movimiento y teniendo en cuenta que la acción colectiva y la importancia en la opinión pública puede llegar a tener una decadencia o

³⁴ Es la primera escritora de graffiti en la historia de Bogotá. Esta declaración la da en “Corre por los muros” (2016).

³⁵ Esta declaración fue hecha en un registro audio visual hecho por el medio independiente Diez Cero Uno.

momentos de pasividad, por no contar con una estructura de oportunidades en ese momento, eso no implica una extinción del movimiento y menos de los cambios provocados. Hay particularidades que perduran a lo largo del tiempo además de la identidad colectiva, como es la solidaridad e independencia, que permanecen a pesar de los intentos de integración del antagonista. Todos los movimientos sociales son capaces de generar solidaridad porque es una agrupación de actores sociales que comparten unos atributos culturales, partiendo del padecimiento de una misma problemática y que comparten una cultura específica. El graffiti experimenta solidaridad en su interior, pero también una independencia y “eso es lo que le da el valor al graffiti, la autogestión, el compañerismo, como estas cosas que lo unen a uno siendo totalmente ajeno a las burocracias y al mercantilismo de la sociedad moderna” (Carsal, comunicación personal, 16 de marzo de 2020).

Un movimiento es capaz de generar la solidaridad necesaria para que las personas se arriesguen por una razón específica (Tarrow, 1994) y esto permite que sean capaces de desafiar de manera real y efectiva a la dominación cuando están conectadas entre sí, compartiendo ideas y sentimientos, construyendo una unión a partir de un proyecto alternativo (Castells, 2012). En el graffiti existen diferentes casos que permiten ilustrar solidaridad en su interior, un ejemplo es el señalado por Carsal (comunicación personal, 16 de marzo de 2020):

Estos días nos vamos a reunir para cuadrar una pintada por Thug³⁶ [...] todos vamos a hacer algo en memoria de ese man y es seguir con ese ejercicio y ese proceso de no dejar morir esas personas que ya no están [...] siento que es un ejercicio de memoria y de familiaridad chimba [...] de lazos sociales muy ásperos también, con familias que uno crea dentro de la misma escena.

Sin embargo, la existencia de la solidaridad en los movimientos sociales, se caracteriza por una la posibilidad de generar incertidumbre ya que puede derivar en el hecho de que se extienda a otras personas y escenarios (Tarrow, 1994). El graffiti es capaz de generar incertidumbre en su antagonista porque al no poder tener control efectivo y completo sobre él puede derivar en que se extiendan a otros actores y escenarios, como lo expresó el exalcalde del Bogotá, Enrique Peñalosa: “[...] donde hay graffiti, eso trae criminalidad porque es un mensaje de que cualquiera hace lo que quiera, de que no hay reglas, de que no hay orden” (Noticias Caracol, 2017). La solidaridad ocupa un papel importante a la hora de generar incertidumbre porque en ella se sustenta el desafío, pero

³⁶ Thug es un escritor de graffiti bogotano que fallece en el año 2018.

también permite crear una red de apoyo que aumentará el contacto entre las personas (Tarrow, 1994), como ocurre con el caso de diferentes colectivos como APC³⁷:

ese parche para mí es una chimba [...] es como un montón de artistas, gente que incluso no nos conocemos todos con todos, pero digamos yo voy a Estados Unidos, a México, a España y las veces que he ido me ha esperado un APC que no me conoce, pero que conoce mi obra, conoce mi graffiti, mi vuelta y me abre sus puertas; y es recíproco [...] sólo es el amigo de un amigo, pero sólo por el hecho de hacer graffiti rompe esa barrera de desconfianza y más bien se vuelve una complicidad que digamos en mi caso ha sido mi familia, se vuelven como otra familia de distintas madres, son mis hermanos (Skore999, comunicación personal, 29 de marzo de 2020).

La otra particularidad es la de la independencia o autonomía, “en todos los casos los movimientos ignoraron a los partidos políticos, desconfiaron de los medios de comunicación, no reconocieron ningún liderazgo y rechazaron cualquier organización formal” (Castells, 2012, p. 21). A pesar de existir un intento por integrar y estatizar las expresiones del graffiti, estas no han encontrado fin, por el contrario, provocó una relación estratégica con el antagonista, como lo señala el teórico político Schmitt (2009) se pueden entablar alianzas con un enemigo político y no por esto deja de ser una relación antagónica, pues sólo busca sacar provecho de él. En este caso ocurre así, como lo señala Skore999 (comunicación personal, 29 de marzo de 2020):

Evidentemente aporta al artista económicamente, también como haciéndolo crecer a nivel mundial, que se conozca en otros lados, que lo inviten a otros países, que sean marcas con sucursales en distintos lados. Todo eso creo que también es aprender a jugar y a tomar las cosas a su favor, si eso es lo que se está dando, si ese es el beneficio que de alguna manera estamos teniendo, pues hay que sacarle provecho al máximo.

A pesar de esto, el graffiti sigue teniendo como atributo fundamental la autosuficiencia, porque posee una indiferencia a los proyectos políticos y rechaza la administración de la vida y la ciudad, pero al convertirse en un movimiento no sólo hay autonomía de la “experiencia”³⁸, también del “hacer”, al separarse de todo proyecto político existente. Como lo explica Stinkfish (comunicación personal, 23 de julio de 2019) “muchas personas trabajan en proyectos comerciales, pero a la vez esos proyectos comerciales alimentan todo el graffiti ilegal que ellos hacen todos los

³⁷ Animales Poder Cultura es un grupo de graffiti y arte urbano que está presente en diferentes países. Se definen a sí mismos como “una familia de animales callejeros que encontró un hogar en la pintura y los cuentos de la ciudad” (Animalez Poder Cultura, sf).

³⁸ Tema trabajado en el segundo capítulo.

días”. Esto nos permite ver que a pesar de un intento de integración, el antagonista no ha logrado limitar sus expresiones porque sigue teniendo como característica fundamental su independencia al ser autosuficiente, separándose todos los proyectos políticos que existen y no depender de ellos para realizar su proyecto fundamental, que las personas sean las protagonistas de su propia vida.

En ese orden de ideas, es posible establecer que el graffiti ha pasado de ser una colectividad común a ser un movimiento social porque tiene una capacidad de organización que puede desembocar en acciones colectivas, según una estructura de oportunidades que lo permita. Pero no sólo eso, posee unas particularidades que perduran en el tiempo como lo son la solidaridad e independencia, pero sobre todo porque los movimientos son fundamentalmente culturales, como lo describe Castells (2012) los cambios políticos, legales y de opinión pública generados son sólo un reflejo de los cambios culturales.

Con el asesinato Tripido se inició una estructura de oportunidades política que dejó como resultado que el graffiti lograra una transformación en el imaginario de la ciudad, pero sobre todo en la forma en la que se concebía esta práctica, como lo expresa el artista urbano Gris³⁹:

La muerte de Tripido partió la historia porque es como el graffiti antes de Tripido y después. El graffiti después de Tripido y el *Street art* cambiaron porque ya tuvo un tinte político mucho más político, empezaron a legitimar artistas que hacían graffiti, cuando hace un año eran vándalos y estaban destruyendo la ciudad. (Pulzo, 2016)

Esto sería la oportunidad que desembocaría en una forma completamente diferente de entender la ciudad y el graffiti, provocando que incluso la cultura dominante y su industria cultural busquen incluirlas al mercado abriéndole la puerta al arte urbano.

Este movimiento ha sido capaz de producir un reparto de lo sensible desde la política porque dejó de ser sólo un ruido o unos “rayones” para ser un discurso válido, dejando como resultado que los sujetos sin parte que emplean el graffiti sean percibidos como alguien que posee el don de la palabra para expresar más allá del dolor o placer y por el contrario, reclaman el derecho a la ciudad que es más que el acceso individual o colectivo de los recursos (Harvey, 2013), es el “derecho a cambiar y reinventar la ciudad de acuerdo con nuestros deseos [...] La libertad para hacer y rehacernos a nosotros mismos y a nuestras ciudades” (Harvey, 2013, p. 20).

³⁹ Declaración hecha por el artista urbano Gris en el marco de la serie documental “Corre por los muros” (2016).

Conclusiones

Es común leer y escuchar definiciones del graffiti como una práctica o expresión urbana que ha cobrado importancia y valor para diversas ciudades como Bogotá. Sin embargo, esto no ocurrió de la nada y por el contrario corresponde al resultado de unos hechos y prácticas articuladas que lograron cambios profundos en la ciudad a partir de una construcción que posibilitó al graffiti convertirse en un nuevo movimiento social para la capital colombiana.

El objetivo de esta investigación se centró en identificar y caracterizar la identidad del graffiti, pues como cada movimiento posee una y es un proceso de la articulación de una serie de atributos que permanecen a largo del tiempo. La configuración de esta identidad política es a partir de varios elementos, en primer lugar su exterior constitutivo que permite identificar a la industria cultural como un *ellos* responsable de la problemática. Por otro lado, el *nosotros* de un movimiento social se construye a partir de la existencia de un desafío y un objetivo común, que hacen referencia a acciones que suelen ser desarrolladas en lo público e irrumpen en lo establecido en una resistencia personal que puede llegar a ser coordinada en la búsqueda por reafirmar nuevos valores (Tarrow, 1994). En este caso, la existencia de la problemática ya descrita permite que se originen y articulen los diferentes atributos culturales del graffiti que son: la repetición de la acción, el hecho de recorrer la ciudad para marcarla, la diversión o el libre juego, la autosuficiencia, clandestinidad y el anonimato. Todos estos términos son altamente valorados por esta colectividad y permiten construir un imaginario sobre la ciudad que redefine el espacio público como una arena de juego en la que se desenvuelve esta resistencia y lucha política, al convertirse en el principal lugar de interacción social y la mayor plataforma que tiene alguien para comunicar. Esta identidad se configura a partir de la articulación de estos atributos culturales que le dan origen a una fuente de sentido que cuenta con una narrativa política. Sin embargo, no toda identidad colectiva llega a ser un movimiento social y no en todas las ciudades el graffiti lo es, por lo cual es pertinente hacer claridad sobre esto.

Un movimiento no es producto del azar o la voluntad de sus integrantes, antes debe pasar por un proceso de construcción que se compone por varios elementos que han sido identificados como una **identidad colectiva** (en la que se encuentra el desafío y el objetivo común), una **estructura de oportunidades** y **acciones colectivas** –las cuales son la base de todo movimiento– para enfrentarse al antagonista social y reivindicar nuevos valores. El graffiti hace presencia en Bogotá

desde el finales de la década de 1980, pero sólo hasta el año 2011 se consolida como movimiento, con la muerte de Tripido se da origen una estructura de oportunidades políticas. Esto permitiría que, por diferentes motivos, se llevaran a cabo dos jornadas diferentes de “Graffiti 24 horas”, actividad que fue identificada como acciones colectivas –las cuales son la base de todo movimiento– y permitió dejar en evidencia la capacidad de organización que puede existir al interior del graffiti.

No obstante, las oportunidades no son duraderas y en la mayoría de casos se agotan, pero, a pesar de eso, hay particularidades que se mantienen a lo largo del tiempo, la solidaridad y la independencia, los cuales son elementos esenciales para la existencia y mantenimiento de un movimiento, y que permanecen en el graffiti a pesar de que su estructura de oportunidades se ha reducido. Lo más importante de la solidaridad es que permite crear una red de apoyo entre los integrantes de un movimiento como lo han descrito las personas entrevistadas, un ejemplo son los diferentes colectivos que existen como es el caso de APC. Además, un movimiento también se define por ser independiente y autónomo, el graffiti, como lo describe Carsal y Stinkfish, se ha caracterizado a lo largo de los años por mantener una independencia en la experiencia sensible de los escritores, pero también del “hacer”, pues nunca ha dependido de un proyecto político o económico para el desarrollo de su desafío y objetivo común.

Por otro lado, una de las características fundamentales de un movimiento social es la producción de cambios culturales que no son inmediatos, pero son fuertes porque se mantienen a lo largo del tiempo y se ven reflejados en cambios legales, políticos o económicos. Sin embargo, para que esto ocurra antes debe existir ese momento en el que se inscribe una igualdad en el que los sujetos sin parte logran hacerse realmente visibles para transformar lo sensible, esto ha sido definido como política.

Los cambios que puede generar un movimiento son fuertes no por ser drásticos o radicales, sino porque perduran en el tiempo en beneficio de esta colectividad. En esencia, Bogotá sigue siendo la misma, una ciudad planeada alrededor del consumo y la producción. Sin embargo, la política que generó el graffiti provocó una transformación del imaginario que muchos actores sociales –incluso estatales– tenían de la ciudad y se reconoce el valor del espacio público como una plataforma que puede ser más amplia y de la que diversos actores pueden hacer uso. Pero también, un cambio en cómo se entiende la práctica, pues hay un tipo de reconocimiento del graffiti y su técnica, que puede no ser del agrado de todos los sectores del movimiento, pero como lo

expresa el escritor bogotano Arise⁴⁰: “también hay, aunque no lo parezca, un poco más de tolerancia por parte de la gente” (Diez Cero Uno, 2014).

Durante muchos años el graffiti fue percibido como carente de un discurso con sentido, pero a partir de la articulación de varios hechos y acciones logró una reconfiguración del reparto de lo sensible en Bogotá. Esto se evidencia en varios hechos y elementos, como el Decreto 75 del 2013 que, aunque busca regular y controlar la práctica, parte del reconocimiento del valor que tiene esta práctica. Este cambio se evidencia sobre todo en la importancia que cobró la técnica para Bogotá, especialmente durante los proyectos políticos de las alcaldías de Gustavo Petro (2012-2015) y Enrique Peñalosa (2016-2019) en los que se encuentra una oportunidad turística y económica en el arte urbano de la ciudad y que se ha mantenido, a pesar de los cambios de administración.

El tema del graffiti en Bogotá cuenta con una bibliografía limitada pues es un fenómeno que ha cobrado importancia hace poco tiempo y no se encuentra una diversidad de investigaciones a fondo con respecto a este nuevo movimiento. Sin embargo, a partir del análisis político constructivista y las percepciones y valoraciones hechas por las personas entrevistadas, ha sido posible hacer un acercamiento a cómo el graffiti configura identidad política—la cual que no es homogénea y puede ser cambiante— que es un proceso de construcción que crea una fuente de sentido que logra una identificación colectiva que radica en el proyecto fundamental de todo movimiento, hacer a las personas protagonistas de sus propias vidas. La fuerza y particularidad de esta identidad no reside exclusivamente en un desafío común contra un antagonista social, sino en el potencial que tiene cada escritor y escritora de experimentar sensaciones y experiencias diferentes a las del mundo administrado.

La configuración de la narrativa política de esta identidad no se construye solamente a partir de la existencia de la figura de un *ellos*, sino en un proceso identificación que forma escritores de tiempo completo a partir de una conciencia colectiva específica. El graffiti tiene que ver con “la búsqueda de la libertad en el sentir y el vivir, que nuestras ciudades parecen negarnos” (Zas, 2015, p. 8). Esta configuración no crea una identidad unificada u homogénea, pues no existe una única forma de intervenir y/o entender los espacios, pero sus acciones siempre están fundamentadas en una reivindicación por ese derecho a la ciudad que ha sido negado: la libertad y capacidad que tenemos de hacer y rehacer nuestra vida y la urbanidad que habitamos.

⁴⁰ Declaración hecha en un registro audiovisual del medio independiente Diez Cero Uno.

Bibliografía

- Abruzzese, A. (2004). Cultura de masas. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, (9), pp. 189-192.
- Adorno, T. (2004). *Teoría estética*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Adorno, T. (1962). *Prismas: La crítica de la cultura y la sociedad* (Vol. 20). Barcelona, España: Ariel.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2013, 22 de febrero). *Decreto 75. Por el cual se promueve la práctica artística y responsable del grafiti en la ciudad y se dictan otras disposiciones*. Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte. https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/decreto_075_de_2013_0.pdf
- Amendola, G. (2000). *La ciudad postmoderna*. Madrid, España: Celeste Ediciones.
- Animales Poder Cultura. (s.f.). Información [página de Facebook]. Facebook. Consultado el 4 de mayo de 2020. https://es-la.facebook.com/pg/AnimalesPoderCultura/about/?ref=page_internal
- Aristóteles. (2015). Libro I. En *La política*. E-artnow. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=QqNjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Bacánika. (2014). Jornada de Graffiteros 29-03-2014 [página de Facebook]. Facebook. Consultado el 15 de junio de 2020. <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.10152184112023159.1073741897.162259798158&type=1>
- Benedetti, Mario. Ustedes y nosotros. En *El amor, las mujeres y la vida*. Bogotá: Editorial Seix Barral, 2000.
- Blanco, M. R. (1994). El concepto de movimiento social: acción, identidad y sentido. *Zona abierta*, (69), 181-213.
- Busquet, Jordi. (2008). *Lo sublime y lo vulgar: "la cultura de masas" o la pervivencia de un mito*, Barcelona, España: Editorial UOC.

- Butler, J. (2000). El marxismo y lo meramente cultural. *New left review*, 2. Pp. 109-121.
- Butler, J. (2006). Introducción: Actuar concertadamente. En *Deshacer el género* (pp. 13-34). Barcelona, España: Paidós.
- Butler, J. (2007). Conclusión: De la parodia a la política. En *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad* (pp. 277-288). España: Paidós.
- Cabot, M. (2011). La crítica de Adorno a la cultura de masas. *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, (3), pp. 130-147.
- Cabrera, C. (2017). *El Tiempo: El tour que muestra la Bogotá urbana*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-graffiti-tour-muestra-los-grafitis-de-la-ciudad-104700>
- Cabrera, E. (2018). *Las huellas del Graffiti en Bogotá: Una Aproximación de análisis desde la Teoría Imaginarios Urbanos de Armando Silva* (tesis de pregrado). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Camus, A. (1984). *La peste*. Bogotá, Colombia: Seix Barral.
- Careri, F. (2002). *Walkscapes: El andar como práctica estética = walking as an aesthetic practice*. Barcelona, España: G. Gili.
- Cartel Urbano. (2014). *Cartel Urbano: 24 horas de graffiti en Bogotá por retirada de murales en la Calle 26*. Colombia. Recuperado de <https://cartelurbano.com/noticias/24-horas-de-graffiti-en-bogota-por-retirada-de-murales-en-la-calle-26>
- Casas, L., & Zas.MDC.APC. (Eds.). (2015). *La escritura tosca: Una antología romántica*. Bogotá, Colombia: Ediciones Hogar.
- Castells, M. (1979). La política urbana. En *La cuestión urbana* (pp. 287-326). España: Siglo Veintiuno.
- Castells, M. (1997). La emergencia de los movimientos sociales en las sociedades industriales capitalistas. En *Movimientos sociales urbanos* (pp. 1-13). Siglo Veintiuno.

- Castells, M. (2001). "Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red". En *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen II: El poder de la identidad* (pp. 27-91). México: Siglo XXI editores, s.a. de c.v.
- Castells, M. (2009). "El poder en la sociedad red", *Comunicación y poder* (pp. 33-87). Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castro, S. (2012). *Graffiti Bogotá. 2012*. Bogotá: Idartes.
- Castro-Gómez, S. (2009). Tejidos oníricos: movilidad, capitalismo y biopolítica en Bogotá, 1910-1930. Pontificia Universidad Javeriana.
- Colmenares, E. (2007). *El Tiempo: El grafiti deja la clandestinidad y se convierte en arte callejero*. Colombia. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3544222>
- Concejo de Bogotá. (2011, 27 de febrero). *Acuerdo 482. Por medio del cual se establecen normas para la práctica de grafitis en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones. Legis.* http://legal.legis.com.co/document/Index?obra=legcol&document=legcol_b77628801bc30184e0430a0101510184
- Cooper, M., & Chalfant, H. (1984). *Subway art*. Lodon: Thames & Hudson
- Cortázar, J. (2014). *Graffiti en Queremos tanto a Glenda*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S. A.
- De Sousa, B. (2001). *Los nuevos movimientos sociales*. OSAL: Observatorio Social de América Latina, (5), (pp. 177-188).
- De Urbina González, A., & Zambrano Pantoja, F. (2009). Impacto de "El Bogotazo" en las actividades residenciales y los servicios de alto rango en el centro histórico de Bogotá Estudio de caso. *Dearq. Revista de Arquitectura*, (5), 152-165. Doi: <https://doi.org/10.18389/dearq5.2009.15>

- Duquino-Rojas, L. G. & Vinasco-Ñustes, F. A. (2018). “Planeamiento de la ciudad en el marco de los discursos de globalización y neoliberalismo, Bogotá (1990-2015).” *Repensando el desarrollo: lecturas interdisciplinarias* (pp. 75-109). Bogotá, Colombia: Editorial Uniagustiniana.
- El Espectador. (2014). *El Espectador: Pardo ordenó a la Policía dejar de borrar los graffitis de la 26*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/pardo-ordeno-a-la-policia-dejar-de-borrar-los-graffitis-de-la-26/>
- El Kalvo. (2018). Bacatá. *Cero Stress* [CD]. Bogotá: 1703 Réconds.
- El Tiempo. (2014). *El Tiempo: Los graffitis que se borraron en la calle 26 no estaban autorizados*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13744015>
- Elektroduendes. (2004). Salgo a la calle. *Salgo a la calle* [CD]. España: Grita o muere records.
- Errejón, I. (2011). *¿Qué es el análisis político? Una propuesta desde la teoría del discurso y la hegemonía*. Revista Estudiantil Latinoamericana de Ciencias Sociales, pp. 1-16.
- Eskorbuto. (1985). Mucha policía, poca diversión. *Eskizofrenia* [CD]. Madrid: Twins Producciones.
- Forero, N. (2016). Centros comerciales en Bogotá: espacios híbridos, sociedad dividida. *Revista Ciudades, Estados y Política*, 3 (1), pp. 77-93.
- Gamboa, P. (2003). El sentido urbano del espacio público. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 1 (7), pp. 13-18.
- Gehl, J. (2014). La dimensión humana. En *Ciudades para la gente* (pp. 1-33). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Giménez, G. (2005). La cultura como identidad y la identidad como cultura. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. México*.
- Gómez, Paula. (2014). *La otra mirada de las calles: Análisis del graffiti en Bogotá, en el caso del Beso de los invisible, País de Mierda de Jaime Garzón y Las Víctimas, responsable a teoría política de Esthesis de Rancière* (tesis de pregrado). Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Bogotá, Colombia.

- Guevara, E. (2019). *Centro comercial: de aislante de la ciudad a conductor de la vida urbana* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.
- Hall, S., & Jefferson, T. (Eds.). (2014). *Rituales de resistencia: Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra*. Madrid, España: Traficantes de sueños.
- Harvey, D. (2013). El derecho a la ciudad. En *Ciudades rebeldes: del derecho de la ciudad a la revolución urbana* (pp. 19-49). Madrid, España: Ediciones akal.
- Holston, J. (2008). La ciudad modernista: y la muerte de la calle. *Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (7), pp. 257-292.
- Horkheimer, M. Adorno, T. (1994). La industria cultural: Ilustración como engaño de masas. En *Dialéctica de la Ilustración* (pp. 165-212). Madrid, España: Editorial Trotta, serie filosofía.
- Instituto 25m. (2017, julio 8). *Master Class. Comunicación y poder. Manuel Castells*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wPNnSMSM5og&t=3328s>
- Laclau, E., Mouffe, C. (2004). Más allá de la positividad de lo social: antagonismo y hegemonía. En *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia* (pp. 129-89). Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- López, A. (2016). *Cartel Urbano: Las raíces del grafiti bogotano*. Colombia. Recuperado de <https://cartelurbano.com/arte/el-origen-del-graffiti-universitario-y-rapero-en-bogota>
- López, J. (2018). Asaltar los suelos. La privatización del espacio público como distopía urbana. *Biblio3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, (1).
- Mansilla, J. (2018). 1.255. Asaltar los suelos. La privatización del espacio público como distopía urbana. *Biblio3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, (1).
- Martín, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
- Mayorga, J. (2016). Producción del espacio urbano en Bogotá: la ciudad de los centros comerciales y los conjuntos cerrados. *Revista Ciudades, Estados y Política*, 3(3), pp. 7-18.

- Noticias Caracol. (2018, mayo 23). "Donde hay graffiti hay inseguridad, eso trae criminalidad": Enrique Peñalosa. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nRpMMYWdRgE&t=8s>
- Olmedo, A. (2003). Sistema de transporte urbano masivo de pasajeros de Bogotá Transmilenio. *Urbano*, 6 (7), pp. 31-37.
- Ortiz, H. (2019). El espacio de la ciudad caminable, una aproximación conceptual en el caso de Bogotá. En Romero, R. (Ed.). *Movilidad urbana y espacio público: reflexiones, métodos y contextos* (pp. 54). Universidad Piloto de Colombia. Dirección de Investigaciones.
- Ospina, C. (2010). *Reseña de "Tejidos Oníricos: movilidad, capitalismo y biopolítica en Bogotá (1910-1930)" de Santiago CASTRO-GÓMEZ*. *Tabula Rasa*, (12), pp. 335-339.
- Prieto, M. (2019). *Ardadia: Candidatos a la Alcaldía de Bogotá: ¿hacia dónde van sus propuestas de cultura?* Colombia. Recuperado de <https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/candidatos-a-la-alcaldia-de-bogota-cuales-son-sus-propuestas-de-cultura/78500>
- Pulzo. (2016, julio 10). *Corre por los muros - Miradas sobre el graffiti*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Y1vauf25src>
- Pulzo. (2016, julio 17). *Corre por los muros - Historia del graffiti en Bogotá*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=uFMTLJD4UDk>
- Quintero, J. (2020). *Cartel Urbano: De La fría a La eterna primavera: Beek y Pac Dunga hablan sobre los orígenes del graffiti en Colombia*. Colombia. Recuperado de <https://cartelurbano.com/creadorescriollos/de-la-fria-la-eterna-primavera-beek-y-pac-dunga-hablan-sobre-los-origenes-del>
- Rancière, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Rancière, J. (2012). Políticas de la estética. En *El malestar en la estética* (pp. 27-78). Madrid: Clave intelectual.

- Rancière, J. (2013). Preludio. En *Aisthesis: Escenas del régimen est tico del arte* (pp. 9-17). Buenos Aires, Argentina: Bordes Manantial.
- RCN. (2020). RCN: 'Mi Fiesta No Brava': iniciativa de la Alcaldía para rechazar las corridas de toros. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://noticias.canalrcn.com/bogota/mi-fiesta-no-brava-iniciativa-de-la-alcaldia-para-rechazar-las-corridas-de-toros-352127>
- Real Academia Española. (2014). Diccionario de la lengua española (23.  edición). Madrid, España: Autor.
- Restrepo, E. (2016). Trabajo de campo. En *Etnografía: alcances, técnicas y éticas* (pp. 54-60). Bogotá, Colombia: Envi n Editores.
- Rodríguez, K. (2019). *El Espectador*: "El amor por Diego nos ayudó a soportar esto": familia de Diego Felipe Becerra. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/el-amor-por-diego-nos-ayudo-soportar-esto-articulo-876486>
- Rojas-Oliveros, P. (2014).  Por qué estudiar los movimientos sociales hoy? Apuntes subterráneos para la interculturalidad más allá de lo étnico. *Desafíos*, 26(1), 121-169. doi:<http://dx.doi.org/10.12804/desafios26.1.2014.04>
- Rossi, C., Vargas, E., García, C., & Pérez, L. (2012). El espacio público de la contemporaneidad Mutaciones en la complejidad de Bogotá. *Revista Orbis*, (22), Pp. 4-27.
- Rossi, C., Vargas, E., García, C., & Pérez, L. (2012). El espacio público de la contemporaneidad Mutaciones en la complejidad de Bogotá. *Revista Orbis*, (22), pp. 4-27.
- Saks [@tinta_alma]. (9 de abril de 2020). *El juego continua* [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B-v5silHARR/>
- Sartre, J. (2012). *La náusea*. Editorial Losada.
- Schmitt, C. (2014). *El Concepto de lo político*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Seno, E., McCormick, C., Schiller, M., Schiller, S., & Wooster Collective. (2010). *Trespass: Historia del arte urbano no oficial*. Colonia: Taschen.

- Shok. (2019, marzo 8). *Graffiti vandálico en el Transmilenio. Fenómenos urbanos: La escritura de lo prohibido*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=e91ObshwSfk>
- Silva, A. (2008). Qué es un graffiti. En *Los imaginarios nos habitan* (pp. 25-36). Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos.
- Suárez Ferreira, H. (2009). *Evolución de la " Calle Real del Comercio", Santafé de Bogotá* (tesis de maestría). Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.
- Subcomandante Marcos. (1995, 28 de marzo). La flor prometida. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/diario/1995/03/29/internacional/796428018_850215.html
- Szpilbarg, D., Saferstein, E. (2014). El concepto de la industria cultural como un problema: una revisión de Adorno, Horkheimer y Benjamin. *Calle 14 Revista De investigación En El Campo Del Arte*, 9 (14), pp. 44-57. Doi: <https://doi.org/10.14483/21450706.8048>
- Tarrow, S. (1997). La acción colectiva. En *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política* (pp. 179-206). Madrid, España: Alianza Editorial.
- The Hell Caps. (2017). *TSK sin ley*. Recuperado de <https://vimeo.com/218942970> .
- TSK. (2019). *Roofianes Vol. 2* [documental]. Bogotá, Colombia: Asko Films.
- Zuloaga, D. (2016). *El Espectador: El graffiti es expresión pura*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/el-grafiti-expresion-pura-articulo-609835>

Anexos

ENTREVISTA 1: Camilo Fidel López (Abogado y directos de la industria creativa de arte urbano Vértigo Graffiti).

Fecha de realización entrevista: 22 de julio de 2019.

Pablo Alejandro Afanador Baquero: Haciendo una introducción, lo que yo he podido entender desde mi experiencia personal con el graffiti es que el espacio público es como un canal comunicativo ¿sí? El espacio público se entiende de una manera diferente y es como un lugar donde uno puede hacer presencia y comunicar muchísimas cosas. Y el graffiti lo hace de una forma especial.

Entonces, empezando quiero que me diga ¿qué entiende usted por espacio público? Que es en lo que gira el graffiti. El graffiti gira entorno a toda esta idea del espacio público.

Camilo: El espacio público es el espacio natural de una ciudad. Es el espacio original de una ciudad. Es el espacio en el cual se presentan las tensiones más importantes dentro de una ciudad. El problema es que el espacio público se ha venido precarizando, sobre todo en nuestra ciudad.

El tema de la inseguridad, el tema de la movilidad ha hecho que el espacio público se vuelva un espacio muy restringido en términos de cómo se interactúa con él. Pero el espacio público es el espacio donde todas las tensiones que tiene una sociedad se desenvuelven, desde la venta ambulante hasta el graffiti. Es un escenario de confrontación pública, sana, saludable. Uno de los problemas que tiene esta ciudad es que no tiene confrontaciones públicas, hay confrontaciones de personajes públicos, pero no confrontaciones públicas.

Entonces, el espacio público es eso. Es un escenario de encuentro. Es un escenario de relacionamiento, de descubrimiento, que ha perdido su capacidad de permitir que las personas concurren en él por el hecho de las dificultades de la ciudad, sobre todo de Bogotá, pero sigue siendo un elemento importantísimo en la consolidación de la vida, en la consolidación de la calidad de vida y en la forma en la que convivimos unos y otros.

PA: Con lo que viene explicando del espacio público, en una ciudad como Bogotá ¿por qué intervenir el espacio público? ¿qué motivación puede haber detrás de intervenir el espacio público.

Camilo: El graffiti, esta es una teoría que tengo desde anoche, es un acto de confianza en el público. Cuando los expertos arqueólogos empezaron a ver graffiti en Roma, pudieron calcular

las tasas de alfabetización de los romanos a través de los graffitis presentados. Eso significa que el graffiti parte de la base que la gente entiende, como en Roma. Entonces, a pesar de que no había una alfabetización, pues Roma no era una ciudad moderna con unos canales educativos tan fuertes como los que hoy tienen. Era un lugar... Era un espacio en el cual había mucha concurrencia en lo público y por supuesto había graffitis, graffitis muy bonitos, graffitis políticos, pero graffitis que también hacían referencia a las obras de arte de Virgilio. Entonces eso significaba que la gente entendía.

Entonces yo creo que también el graffiti... Cuando usted pinta graffitis es que usted entiende y confía en que el otro puede transformarse o reflexionar o verse reflejado o abrir un escenario de tolerancia que no existía *ex ante* del graffiti. Entonces, el graffiti es un acto de confianza de un personaje que lo hace de forma espontánea o lo hace en un espacio público, cualquiera de las dos es valioso, pero sobre todo es una forma de reclamar lo público como un escenario de confrontación, como un escenario de tolerancia, como un escenario de dialogo, eso es lo que hace el graffiti, invitarnos a dialogar, partiendo de la base de que el otro entiende.

Si esto fuera una sociedad de salvajes, como a veces pareciera que es, el graffiti no tendría sentido. Es una sociedad de gente que puede comprender y puede transformarse. Entonces el graffiti es una apuesta que se hace en esos escenarios públicos para que la gente empiece a conversar.

Como Bogotá tiene tantos problemas de su relacionamiento en lo público por eso prolifera el graffiti, porque es de las pequeñas o de las más, no de las pequeñas, de las pocas formas en las cuales todavía se sigue sintiendo una vibración de la conversación pública en la ciudad.

Hoy en día la gente le da susto caminar, sacar un celular, tomar una fotografía, montarse en un taxi, comprar una comida en la calle porque se van a intoxicar. Hay un proceso de desconfianza pública fuerte enfrente de casi todo lo que ocurre en la calle, incluyendo el graffiti, por supuesto. Entonces en este caso, lo que nos permite ver el graffiti es que la ciudad aún está viva y que en la ciudad aún vive gente.

PA: Bueno, partiendo del punto de que el graffiti es un acto de confianza y una expresión espontánea, aparte de eso, ¿qué más es el graffiti? ¿qué es el graffiti?

Camilo: El graffiti en términos generales es una técnica, es como la cerámica. Durante mucho tiempo la cerámica fue un formato muy importante para el avance de las culturas en

términos artísticos, en términos rituales. Fue una de las primeras formas en las que el hombre creó, haciendo cerámicas, haciendo jarras, platos.

Y el graffiti no es otra cosa que la cerámica contemporánea, es una técnica y en ese sentido puede ser una técnica que puede ser usada para bien, como hemos hecho nosotros en “El beso de los invisibles” o como han hecho muchas otras personas que hacen un llamado a la protección de la vida, de los indígenas, de las mujeres, de los afro o puede ser utilizado para mal, como hacen los grupos armados al margen de la ley en el cual usted se da cuenta que las Águilas Negras, por ejemplo, avisan a través de graffiti. Y es muy interesante, también, cuando se analizan los graffiti de las Águilas Negras, ver todo, todos los problemas ortográficos que tienen esos graffiti. Ahí usted tiene un ejemplo de que el problema de las Águilas Negras es un problema de falta de acceso a la educación de las personas, no tuvieron alternativa.

PA: Pues digamos que al inicio... Cuando empecé diciendo que era como un canal comunicativo, el espacio público, también parto de ahí. Hay muchos grupos que lo usan y lo usan de diferentes maneras. Entonces, es algo tan comunicativo que...

Camilo: ¡Claro! Y no existe la cerámica correcta, no existe la cerámica. Existen unos cánones de hacer cerámica. Usted puede tomar su curso de cerámica y saber de temas de proporcionalidad, utilidad, funcionalidad, pero finalmente si usted tiene barro, agua y un par de elementos más y tiene ocre pa’ pintarlo, pues usted ya está en un estadio, por lo menos creativo, del *homo sapiens*. Entonces, el graffiti es libre en la medida que no requiere de estos cánones para existir. Es una técnica, que como cualquier técnica hay personas que están en un nivel absolutamente inicial y hay otras personas que son maestros.

PA: Pues digamos que yo también entiendo el graffiti, además de una técnica, como una práctica. Digamos que, hablando con otras personas en mi experiencia cotidiana, hay personas que, como los más puristas o los que creen que el graffiti es solamente sin permiso y demás, no sé si haya alguna diferencia entre lo que es el arte urbano o *Street art* con lo que llaman ellos graffiti o el graffiti writing que es el que se conoce como el graffiti...

Camilo: académicamente la diferencia para mí más, digamos, sensata es la diferencia entre el graffiti y el posgraffiti. Es una diferencia que hace una autora, creo que australiana o canadiense, Anna Waclaweck, en un libro que se llama “Graffiti y *Street art*”, se lo recomiendo.

Ella habla de lo que originalmente se pensaba como el graffiti y la clandestinidad, el *writing*, lo que pasó en París, en la marginalidad, también el teatro de la noche y todo este tema nocturno,

el teatro o la puesta en escena más bien del marginado que no se siente absolutamente confiado o reflejado en los medios tradicionales. Pero después llega el posgraffiti y es la intervención de la sociedad consumo en el graffiti, es bien importante. Cuando se atraviesa la sociedad de consumo en la práctica del graffiti para bien y para mal, el graffiti se transforma.

Entonces, la sociedad de consumo empieza a exigir que el producto que se presenta en el espacio público sea más digerible, sea más mercantizable. Eso significa que el graffiti sea más bonito, entre comillas. Pero es por un tema de consumos, entonces empiezan a aparecer los grandes murales legibles en las ciudades, aparte de todo el tema del muralismo o de los mosaicos, que esos siempre han estado presentes en el espacio público, usted ve todas las culturas y todas las culturas construyeron eso, digamos porque el escenario era público (...). Esta es la única distopía en la cual la gente se encierra ahí y no se mira y no se conoce, esta es la única distopía social... La gente salía, los cabos estaban ahí, el circo era abierto. Los espectáculos públicos estaban sucediendo ahí. El intercambio cultural estaba pasando ahí, en China, en Mesopotamia, en Babilonia, en Egipto, en Alejandría, todos estos lugares.

Entonces, hoy en día, digamos que lo que pasa es que al volverse parte de la sociedad de consumo la gente empieza a decir: quiero un graffiti más agradable, más domesticado, más llevadero, que represente menos riesgos, en términos de la agresividad de su mensaje. Entonces, ahí empieza a crearse una nueva tendencia de complacencia del artista de graffiti a un público, a partir del entorno en el cual vivimos en una economía capitalista y una sociedad de consumo. Pero sigue presentándose el otro clandestino, que no da dinero, que simplemente es una usurpación, un reclamo de lo público. Entonces, muy interesante como el graffiti también es una respuesta a la sociedad de consumo y el *Street art* es llévame en una maleta, llévame en tu iPhone, compra mi cuadro, etc.

PA: Sí. Así hablando así de todas estas prácticas que lleva el graffiti detrás ¿por qué intervenir el espacio público de esa manera? Y el graffiti también o en el estado más puro del graffiti que es llevar un nombre de manera repetitiva y sobre todo lo que hace el graffiti o la persona que hace el graffiti, siento yo, que es lo que lo diferencia porque todo el mundo ha intervenido el espacio público en algún momento de su vida y se ve cuando hacen una peluquería, un montallantas que ponen y pintan al lado, entonces todo el mundo en algún momento lo hizo. Skore en una entrevista habla de que todos lo hemos hecho, incluso el auxiliar de policía con una moneda que pasa haciendo rayas por las paredes, pero el graffiti tiene unas prácticas específicas y es más que

todo hacerlo de una manera repetitiva. El que hace graffiti o Street art es porque lo hace de una manera repetitiva. ¿Por qué hacerlo de esa forma y por qué hacerlo de manera repetitiva?

Camilo: El graffiti de repetición o reiteración, que es el graffiti típicamente de la costa este norteamericana, es el reflejo de la sociedad individualista, egocéntrica, hedonista que es la sociedad norteamericana. El “*I am here*” es lo más norteamericano y el graffiti no puede escapar a ser, simplemente, un reflejo o una silueta translucida de lo que es la sociedad. Entonces, los norteamericanos con sus banderas en la luna y sus graffitis en los trenes, siempre diciendo “*I am here*”. Lo que pasa es que apela a unos sentimientos muy humanos, muy básicos de cierta codicia ¿no? Estar en todos los lugares y cierta vanidad de “esto es mío”, de reclamarlo como mío y “aquí estoy, quiero que me vean”. Esto parte de un complejo muy grande que tiene el grafitero ¿no? Un déficit de atención muy hijueputa que tiene de estar pintando en todo lugar.

PA: Sí, por ejemplo...

Camilo: Sí, que tienen que pintar la valla, tienen que subirse a Transmilenio.

PA: Sí, digamos ahorita hay un man... un grupo que ha estado muy activo últimamente que usted seguramente lo ha visto, que pinta como Droga. Uno de ellos dijo que si de pronto el tag era simplemente esa necesidad de gritarle a mundo que estoy ahí.

Camilo: Sí, déficit de atención. Pues el niño llorando en el parque “atiéndeme por favor, dame de comer”. El grafitero está llorando en la pared diciendo “déjame existir, no soy un número más”. Tiene un profeso loable, no estoy diciendo que sea malo el déficit de atención, es una circunstancia fenomenológica. Pero es claro que hay una vanidad de fondo muy norteamericana, de una cultura de la reiteración, de la estandarización, de estar en todo lugar en todo momento. Es un tema de hegemonías culturales muy fuerte. Usted va a los cines en todo el mundo y hay películas norteamericanas. Va a cualquier lugar en todo el mundo y hay música norteamericana. Y graffiti norteamericano hay en todo el mundo.

PA: Sí, en todas las grandes ciudades hay graffiti norteamericano.

Camilo: Y en las pequeñas. Acabo de llegar de Amman en Jordania, estábamos pintando con mi equipo y había un graffiti norteamericano, bajo los cánones y estética de la escuela norteamericana. Entonces digamos que es el reflejo de eso, de una sociedad de consumo a una sociedad egocéntrica, hedonista, que quiere estar en todos los lugares y quiere aplausos y quiere reconocimiento, que quiere miradas y hoy en día que quiere *likes*. Usted se da cuenta y hoy en día

hay una gran tendencia de artistas a obtener *likes*. Sigue siendo exactamente lo mismo, unos *influencers* clandestinos, pero son lo mismo.

Cosa en la que no estamos para nada de acuerdo en Vértigo Graffiti. Nosotros hacemos obras que por sí mismas buscan generar una reflexión, pero no necesariamente estamos detrás de los *likes*. Por eso somos pequeños en Instagram y esas cosas, a pesar de que hacemos unas obras tan importantes.

PA: Sí, pero igual de todas formas a pesar de que Yurika, Caz y Ecks que son como los que más activos están en Vértigo Graffiti, ellos siguen pintando por su lado su nombre.

Camilo: Sí, pues porque ya están dañados, supongo, porque ya están muy viejos como para cambiar las personas que son. Precisamente porque quiere honrar a una cultura ¿no? Ahí también hay un tema muy interesante de honrar una cultura, el cumplir los cánones, al entablar ese dialogo con artistas... Santiago acaba de pintar en Lisboa.

PA: Ah sí, sí vi que estaba en Lisboa.

Camilo: Ellos siempre tienen que estar pintando. En Amman volvieron mierda Amman porque tienen que estar pintando. Eso se me sale ya de mi resorte porque yo ni patrocino eso. Me lo explico, me lo entiendo, lo cuestiono, lo valoro, un montón de situaciones, pero no significa que sea más pertinente hacer los murales que hacemos nosotros con Vértigo a lo que hacen ellos, es simplemente dos cosas distintas. Pero parte de esa necesidad de llamar la atención en una sociedad que invisibiliza a sus jóvenes en los sesentas y los setentas en la ciudad de Nueva York y alrededores. Que hizo que estos muchachos salieran y escribieran en los espacios públicos también reclamando un poco su lugar en la sociedad y también reclamando un poco el hecho de que a la publicidad se le diera un espacio tan condonado, tan gratuito y al graffiti se le castigara.

PA: Bueno, de pronto un poco repetitivo el tema, pero además de querer comunicar algo, digamos en el caso del graffiti clandestino de querer hacer presencia ahí ¿puede haber algo más detrás de eso? ¿qué puede buscar alguien por medio del graffiti? Cuando uno llega al graffiti está pensando hacer presencia o...

Camilo: Yo creo que la expresión es la necesidad del impulso de expresiones connatural al hombre y creo que el graffiti es simplemente una forma de llevar a cabo o materializar este impulso. Nos hace humanos precisamente, nos hace sociedad el expresarnos, para eso se creó el lenguaje. O sea, cuando se hacen los análisis antropológicos y por ejemplo se dice “es que estos tipos no pudieron cazar un mamut si no hubiese lenguaje”.

PA: Sí, es verdad.

Camilo: Porque cómo hubieran podido... Claro, no era el griego, no era un lenguaje absolutamente sofisticado, pero sí eran unos comandos que les permitían a ellos cooperar.

PA: Sí, unos puntos comunes.

Camilo: Lo que hace el joven es expresarse porque siente que está asfixiado, que no lo oyen. Que la sociedad está equivocada, también. Que sus padres están equivocados. Que la escuela está equivocada. Todo el mundo está equivocado salvo ellos. Es una cosa que a mí siempre me ha parecido muy curiosa.

Pero a la vez es muy importante que se equipare el salir a hacer graffiti con la expresión natural humana. El irse a pintar una pared a una caverna difícil de acceder con un ánimo de preservación o con un ánimo de ritual o con los primeros templos que eran las obras rupestres en Altamira en el sur de Francia.

Entonces no sé, es ser humano, es ser jóvenes... Y, tal vez, es resistirse un poco. Creo que actos de resistencia muy fuertes, por ejemplo, la guerrilla en sus épocas de armarse, estoy resistiendo. Hay otros no tan fuertes, la desobediencia civil pacífica, pero igualmente simbólicos. Y hay otros como el graffiti que simplemente a partir de una reiteración, de una repetición, de una presencia están tratando de decirle a la sociedad “acá estoy” y el hecho de que yo esté acá y de esta forma significa que usted está mal, que existe un malestar social. Sin malestar social no habría graffiti, son como una especie de una relación parasitaria. El graffiti es un parásito del malestar social.

PA: Bueno, quedan dos y me gustaría saber, desde su punto de vista que digamos... No sé, primero quiero saber si alguna vez en su momento de su vida, en su juventud pintó, tuvo un seudónimo, tuvo esta práctica o hizo postgraffiti, arte urbano.

Camilo: Hoy en día... Nunca hice... Lo mío es escribir historias, siempre. Soy un escritor en ciernes. No sé hasta cuando me voy a dar plazo de sentarme a escribir con juicio, pero siempre he escrito, desde muy niño. He inventado. Yo soy un buen mentiroso.

Y hoy en día en los proyectos de Vértigo Graffiti tengo un rol de dirección de la creatividad de los artistas, en términos del relato de lo que vamos a transmitir. De lo que se puede contar de la obra, que es lo que va a hacer sobrevivir al graffiti. La imagen sin el mensaje no existe. La imagen sin el mensaje perece. Entre mejor es el mensaje, más elaborado, más consensuado, más pensado, más cavilado es mucho más importante, mucho más persistente. Es como lo que sucede con “El

beso de los invisibles”, fue una alternativa narrativa y visual perfecta. No hay un mural más importante que ese mural en este país, no lo hay, porque entendió un entorno, acertó en la emoción que quería transmitir, fue técnicamente maravilloso y está ubicado en un lugar perfecto. Es la obra perfecta. Es decir, es la obra más contundente que tiene este país, tal vez no perfecta, faltaría mucho para ser perfecta, pero creo que es la obra más convincente, tiene sentido. Usted pasa por El beso, usted entiende que hay dos habitantes dándose un beso, cuando usted ve habitantes y se queda alrededor y ve Bogotá y ve la carencia de amor de esta ciudad, la torpeza de amar del bogotano.

Por eso es que cuando hacemos obras nos tomamos más tiempo, por eso Vértigo Graffiti no hace 30 muros al año, porque es muy difícil porque tenemos que pensar muy bien. Usted mira lo que pasa en el muro de Jordania, es un campesino al que se le está quemando el trigo ¡Se le está quemando el trigo! Literalmente en Jordania, en este momento por un tema de la guerra con los israelitas que están bloqueando las fuentes de agua de los campesinos, entonces no hay con qué humedecer ni siquiera nuestro trigo y se quema. Entonces ahí también hay una propuesta narrativa sin violencias, sin literalidades, sino simplemente la idea de dejar un mensaje fuerte porque el graffiti, si usted ve todas las obras de Vértigo son obras fuertes, no son obras complacientes, son obras que dicen algo.

PA: Bueno, otra pregunta un poco personal... Quiero saber qué lo acercó a usted al graffiti y si usted puede detectar un antes y después del graffiti en su vida, quién era usted antes del graffiti o si desde que tiene memoria le ha...

Camilo: Nada, yo llegué al graffiti por coincidencia, una casualidad y era... Yo estaba viviendo en Estados Unidos, caminaba mucho por Nueva York y vi que había un proceso de industrialización del graffiti, de conversaciones de graffiti y me pareció interesantísimo y había visto mucho graffiti en Colombia, entonces dije “oiga, esto va... en algún momento a tener alguna incidencia, algún impacto, alguna importancia, alguna relevancia”. Y me vine pa’ Colombia y con un socio montamos Vértigo Graffiti bajo una intuición de que esto iba a ser grande como hoy en día lo es. Hace 10 años esto no era así.

PA: Sí, sólo se veía graffiti clandestino.

Camilo: Sí, sólo se veía el graffiti clandestino. Vértigo Graffiti más allá de ser un pionero, es el proyecto más terco que tiene Colombia porque los otros se han ido diluyendo, se han separado, pero nosotros hemos sido los más tercos, los más presentes y no sé si eso sea bueno o malo, pero bueno.

PA: Pero ahí están presentes. Bueno, por último, quiero saber qué piensa usted sobre la relación o el dialogo que ha entablado el graffiti con la Alcaldía y algunas empresas los últimos años. Un poco orientado a si hay un consenso o si simplemente es un poco unas ganas de mitigar el graffiti que a la gente no le gusta.

Camilo: Es extraño porque no. No se trata de mitigar el graffiti que a la gente no le gusta. Usted va al *launch* del hotel W en la 116 con 9 y usted va a ver graffiti del que a la gente “no le gusta” en uno de los escenarios más glamurosos y perfilados en términos de estilo de la ciudad. Entonces no se trata de gustos.

El graffiti, filosóficamente, es un dialogo y es impertinente, innecesario e inoportuno que el graffiti no dialogue con ciertos sectores de la sociedad que también tienen injerencia en lo público, como las autoridades y como las empresas privadas. ¿Cómo es posible que allá usted ve un logo de McDonald’s, allá tiene un logo de Archies, allá tiene un logo de Juan Valdez? Entonces, es lo privado interviniendo lo público. Que interesante que el graffiti pueda dialogar como otra forma de expresarse en lo público y contar con el apoyo de la empresa privada en un dialogo franco, honesto y equilibrado. ¿Por qué no? Entonces todos dirán “porque es venderse”, *okay*.

La gente que dice que trabajar para grandes marcas es venderse, uno, o se vende por debajo de la mesa o dos, vive con los papás, no tiene que pagar un mercado y no respeta lo suficiente al graffiti como para considerarlo un oficio del cual pueda vivir. El graffiti no tiene la virtud ni la entidad de transformar la sociedad capitalista en la cual tenemos que hacer acciones de dinero para obtener lo que deseamos y que la sociedad nos diga, todos los días, usted necesita más, más y más. Pero el graffiti es un oficio y es una técnica que cuando se prepara con juicio, con detenimiento, se exagera y al exagerarse se vuelve llamativa, se vuelve valiosa, se vuelve una oportunidad para que la ciudad cree distritos turísticos como hicimos con la Alcaldía. Yo trabajo directamente (...) con la Alcaldía porque he entendido que el espacio público no les pertenece a los grafiteros, tampoco le pertenece a Alcaldía y tampoco le pertenece a la gente. Es como esa especie de mezcla, de organismo que sucede cuando todas estas personas interactúan las unas con las otras, lo público, lo privado, lo artístico y lo comunitario.

PA: Sí, es un espacio común más que todo.

Camilo: Que es el modelo de los muros pintados que es una charla TED que nosotros hicimos hace como ocho años, está en YouTube si la quiere ver. Que es un modelo que nosotros siempre pensamos que tenía ser un dialogo abierto y franco. Y hemos sido los suficientemente

consistentes y tercos, de nuevo, a no convertir el graffiti en un lugar de publicidad. Entonces usted ve las obras de Vértigo Graffiti y son patrocinadas por grandes empresas, pero no parece que lo hicieran, sino buscamos un equilibrio de comunicación entre lo que quiere la empresa y lo que queremos nosotros, y salimos adelante más o menos, tampoco es que estemos saliendo adelante tan bien.

PA: Es que la pregunta era porque hay mucha gente que puede pensar que el hacer esto, el comerciar con el graffiti, puede quitarle carga política, hay mucha gente que dice eso.

Camilo: Si usted no es lo suficientemente inteligente como para pensar que lo evidente, lo agresivo, lo literal es lo político. Lo político también está en la sutileza. Lo político también está en el acuerdo. Lo político también está en la transacción. Cuando una persona construye una obra con una marca está haciendo una transacción política, de intereses económicos, de comunicación, incluso, filosóficos.

La gente cree que cuando Café Juan Valdez nos llama, nos dice “pinta un cafetero con una mula y café”, nunca hemos pintado eso. Vértigo Graffiti nunca ha hecho eso, mire las obras de Juan Valdez, no tiene nada que ver con la literalidad. Pero dicen “¿Qué de político tiene?”, ¡pero claro que tiene de político! Es una obra de 150 metros que tiene un indígena, muéstreme una obra más grande que tenga un indígena en esta ciudad, de pronto las del centro, pero en el norte de la ciudad no existe ni un solo indígena porque es una ciudad blanca del norte para acá. Ahí hay política, hay un acto político, no hay una renuncia. Lo que pasa es que todo el mundo confunde esto con una rebeldía adolescente. Pero no nos estamos jugando las mesadas de nuestros papás. Nos estamos jugando un lugar en una economía. Nos estamos jugando un lugar en la sociedad. Nos estamos jugando de reconocimiento como oficio. Pero es que te vendiste, claro, te vendiste porque la nevera te la llenan tu mamá y tu papá o porque te importa una mierda y eres un irresponsable y dejas hijos regados por todo lado, pero los que sí quieres ser responsable y quieren tener un oficio y son juiciosos, son respetuosos y tienen un espectro más amplio de comprensión del graffiti ¿esos son malos? Al revés, son los que están abriendo los surcos por los cuales se puede caminar. Esto es un oficio más contundente.

¿Qué valor tiene una frase “Duque hijueputa”? Sí, sí, Duque hijueputa. Muy creativo el nombre del presidente y la grosería más común del país. Eso no tiene ni creatividad, ni tiene impacto, refleja una realidad (...) la gente refleja un descontento. ¿No será que hay otras formas de oponerse y de resistirse a la sociedad?

A nosotros nos han criticado mucho y específicamente a mí, yo soy la oveja negra, pero más que cuando le he dicho a las ovejas negras es que yo soy el único lobo que se viste de lobo, habla como lobo y defiende lo que hacen los lobos. No lobos con piel de oveja que salen a hablar de ONGs, de transformación del mundo y están ganando plata y mucha más plata que Vértigo Graffiti. Claro que hay una tensión ahí porque es que el graffiti es tensión.

PA: Sí, es un poco como lo que dijo Saks en una entrevista de Cartel Urbano que es algo bobo decir que “no es se vendió”, que “uno es más real que el otro” porque hace 10 años había gente que soñaba con vivir del graffiti y ahorita que lo está haciendo ya no lo puede hacer.

Camilo: Todos se guían por unos sentimientos muy básicos de envidia, pero lo que es Caz2, Ecks, Yurika, El Pez...

PA: Zas.

Camilo: ...Zas, a ellos no les importa porque no les importa los grafiteros porque ellos ya pasaron por ahí. Es como si... No sé, están en otro estadio. Si usted mira, Toxicómano está haciendo cosas, Erre está haciendo cosas, Lesivo está haciendo cosas, Dj lo está haciendo. Todo el mundo lo está haciendo y el que no hace se queda atrás. Saintcat estaba pintando un restaurante, sí, que estaba hecho un acuerdo, que le pagaban una plata, eso está bien. Pero si nos quedamos simplemente en el cuento clandestino, pues esto no se va a volver un oficio. A no ser que usted sea un tipo rico, pero es que la gente crece y ya hay una tercera o cuarta generación de grafiteros que ya tienen 25, 26, 27 años que ya salieron de la universidad o no tuvieron la oportunidad de estudiar o no quisieron estudiar y que fueron los que hace 5 años estaba con discurso de que nosotros nos habíamos vendidos y ahora les ha tocado hacer cosas que, en opinión de su representación 5 años atrás, hubiese sido venderse, pero eso es un error. Eso es como lapidar a James porque le pagan por hacer goles o lapidar a una modelo porque camina una pasarela. Hay muchas profesiones que son despreciadas, pero son profesiones finalmente. No todos tenemos que ser médicos, pediatras, neurocirujanos, pues para recibir plata.

PA: Sí.

Camilo: Pues me parece todavía muy ridículo, pero insisto que dentro de esa ridiculez también hay una verdad porque hay muchos y lo digo con conocimiento de causas, que hay muchos artistas que no le ponen la ficha a la parte creativa cuando trabajan con marcas, repiten una fórmula y repiten una fórmula y repiten una fórmula y repiten una fórmula, cobran muy mal, que vuelven como una especie de estandarización, pero eso no es que dañe al graffiti, sino que daña al artista.

Daña la reputación, el perfil porque lo que se consume con facilidad se remplaza con facilidad. O sea, el graffiti tiene que estar reflexionando siempre a fondo sobre quien es, qué es, qué quiere decir, hacia dónde quiere irse, cuál va a ser la reputación que se va a ganar porque de eso va a vivir. Por eso Vértigo Graffiti se demora tanto en sacar adelante proyecto, pero cuando los saca son los proyectos que nos sentimos cómodos de hacer. Y que tenemos un público reducido, que no nos quieren en el graffiti y no nos interesa porque yo no pago la luz con la animadversión de la gente del graffiti.

PA: Sí y digamos que el que se dedica sólo a hacer graffiti clandestino...

Camilo: Está muy bien y lo respeto y lo valoro.

PA: ...También es porque o se dedica a otra cosa.

Camilo: Exactamente, pero las latas hay que comprarlas, las latas nos las va a encontrar en los árboles.

PA: Hacer graffiti desde el inicio es caro.

Camilo: Se tiene que vestir porque no va a salir sin ropa a la calle porque se muere del frío. Tiene que comer porque es un organismo que necesita energía para existir, para seguir existiendo. Entonces, me parece entre ridículo e infantil ese debate ya. Yo creo que ya es superado.

PA: Por último, cree que el graffiti en Bogotá, digamos con las autoridades, con las marcas, con las personas ¿hay un consenso o está llegando a un consenso?

Camilo: Yo creo que está llegando a...

PA: ¿O todavía hay algo muy lejano al consenso?

Camilo: ...Yo creo que el acuerdo es importante, pero no significa la unanimidad con respecto al graffiti. Hay un acuerdo hoy en día en la ciudad de Bogotá que el graffiti puede ser una oportunidad. Hoy en día los bogotanos quieren su graffiti, quieren sus murales o quieren su estilo. Los muchachos... Las marcas... No sé cuántas veces han hecho el ejercicio de la pintura en vivo del grafitero las marcas. Yo creo que van por ahí en unas 200 veces que lo han hecho las marcas. Es el formato más desgastado, machacado del mundo, entonces ya hay un acuerdo que hay algo de valor detrás del graffiti, pero no significa que hay un acuerdo sobre lo importante que es hacia dónde se va a dirigir el graffiti. Hay una serie de planteamientos desde lo urbanístico que sirven para entender el graffiti, pero el graffiti tiene que ser lo suficientemente independiente, reflexivo en inteligente para determinarse un futuro distinto. No se puede convertir en la nueva publicidad, no. Yo creo que se tiene que convertir en un camino de tolerancia, de conversación, de dialogo

para la cooperación humana, que creo que es una cosa básica en la cual llevamos luchando decenas de miles de años como seres humanos, cómo cooperamos mejor.

Posiblemente en Bogotá esto siga creciendo, se siga sofisticando. Hay que meterle tecnología porque hoy en día hay que pensar en la tecnología. Hay que pensar también en la posibilidad de integrar muchas mujeres, muchas más mujeres en la práctica, de hacer muchas más escuelas de formación infantil en graffiti, de profesionalizar, de empezar a conversar con las otras manifestaciones artísticas como la escultura, como el teatro, con la danza y empezar a consolidar cosas nuevas, creativas. Esto es arte. Esto no es un sistema industrializado de producción, esto tiene que cambiar, tiene que modificarse. Hoy en día estamos absolutamente congestionados de graffiti. El graffiti que no está dispuesto a ser creativo perecerá... Y será remplazado por vinilo adhesivo, por ilustradores, por otra gente que lo hará más barato y más rápido. La única forma en que el grafitero sobreviva es siendo un artista y eso significa que reflexionando y tomando una opinión sobre el mundo y planteándolo en una obra... De resto no.

ENTREVISTA 2: Stinkfish (Diseñador gráfico y graffitero con reconocimiento nacional e internacional y experiencia de más de 15 años en el graffiti).

Fecha de realización entrevista: 23 de julio de 2019.

Pablo Alejandro Afanador Baquero: Bueno, la primera pregunta va orientada al espacio público y es que el espacio público se puede entender como un espacio de tensiones de resistencia de resistencia y demás, pero también como un canal comunicativo, desde mi experiencia personal es lo que yo entiendo. Entonces me gustaría que me dijera usted qué entiende por espacio público.

Stinkfish: El espacio público es ese espacio de encuentro, básicamente. La idea de espacio público nace de la plaza pública. Cuando se generan las ciudades modernas... Cuando se empieza a crear esa idea de ciudad como tal, se hacen necesarios esos espacios de encuentro, de venta, de intercambio que generan esos espacios que son las plazas ¿Sí? Las ciudades eran muy arcaicas, no era la idea de ciudad que tenemos hoy en día donde hay un montón de espacios de encuentro, sino que había unos lugares muy específicos y de ahí la ciudad empieza a crecer y empieza a crearse ese espacio público. Y básicamente es eso, es un lugar de encuentro ¿sí? Y de tránsito, lo que pasa ahí ya son miles de cosas que pasan ahí y hay gente que sencillamente va de un punto A a un punto B y de regreso ¿sí? Sólo es su lugar de tránsito. Hay gente que vive en el espacio público, habita ese espacio casi que 24 horas o 24 horas, pero la problemática del espacio público es la idea que se ha vendido de quién es y qué se puede hacer en el espacio público ¿Sí?

En cierta medida sí es público, yo puedo acceder a él en cualquier momento, pero el espacio que se entiende como público ya no es de todos como no lo hacen creer porque hay una parcelación del espacio y hay una normatividad del espacio que no obedece a la gente que realmente lo usa. La gente que vive el espacio público, que trabaja en el espacio público, no es la gente que puede opinar y decidir sobre cómo se debe usar ese espacio público. Entonces, hay un montón de gente que regula el espacio público, pero no es la gente que lo usa, la gente que vende en la calle, la gente que vive en la calle, la gente que necesita estar utilizando todo ese espacio entrando y saliendo todo el tiempo, la gente que hace graffiti, por ejemplo.

Desde hace un buen tiempo, desde hace mucho tiempo, el espacio público es privado ¿sí? Lo que ocurre ahí, la mayoría de imágenes que se mueven ahí tienen costo. Eso de que yo puedo salir y poner mis cosas y tal, eso no es cierto, si realmente fuera público yo podría salir y poner mi pancarta y decir como tal, pero hay una gente que me va a decir “eso es ilegal, usted necesita ponerlo en estos lugares específicos y pagar”. Entonces las vallas publicitarias son los lugares, pero

no es como que yo quiero poner ahí mi publicidad y me digan “sí, usted la pone en marzo y usted la pone...”, no, usted tiene tantos millones y tanta plata y ahí es donde la puede usar. Entonces digamos que sí existe ese espacio de intercambio y tal, pero a la vez es como una frontera ahí que nos venden una idea, pero realmente es una frontera que no se puede explicar completamente ¿cierto? Entonces, desde mi trabajo yo sí lo entiendo desde ahí ¿no? Como un espacio libre de intercambio y un montón de cosas, pero desde mi vida como ciudadano es otra cosa.

PA: En una ciudad como Bogotá, digamos que hay un texto suyo que describe un poco Bogotá ¿por qué intervenir el espacio público en Bogotá, con una ciudad que tiene las características de Bogotá?

Stinkfish: Pues yo creo que las ciudades, la ciudad moderna es la misma en todos lados ¿sí? Si hay algo interesante en el graffiti es que es una expresión que es local, pero que a la vez no tiene fronteras ¿sí? Que es un lenguaje y una expresión que es la misma en cualquier lado. Se manejan unos códigos donde yo me puedo conectar rápidamente cuando llego a una ciudad de las mismas características, digamos que la ciudad occidental de alguna manera. Entonces si estoy en este lado del mundo y voy al otro lado del mundo y llego a una ciudad donde no entiendo el idioma, donde no conozco a nadie, donde la moneda no es la misma, todo es aparentemente diferente, entiendo ese lenguaje y puedo empezar a trabajar el mismo día que llego ¿sí? El mismo día que llego puedo identificar unos lugares, unas maneras de hacer, la seguridad que se maneja, entiendo ese lenguaje y puedo empezar a hacer cosas. Y si conozco a alguien que también hace graffiti puedo entrar en conversación desde lo que ambos conocemos. Entonces no... Bogotá en mi caso por qué, porque aquí crecí y vivo acá, es la ciudad donde me tocó empezar a hacer graffiti. Pero yo no hablaría de una razón específica del porqué en Bogotá. Bogotá es una ciudad latinoamericana que tiene, obvio, unas cosas muy características propias, pero que si uno salta a otra entiende rápidamente que es la misma dinámica.

Siempre que hablo de eso, sobre lo local, prefiero entender las ciudades como una gran ciudad. Hay teóricos de la deriva urbana y un montón de cosas que dicen “es una gran ciudad” ¿Sí? Es una ciudad archipiélago, le dicen así. Pequeños espacios de una gran ciudad donde uno salta de un lado a otro.

PA: Bueno, hablando ya un poco más puntual del graffiti, para usted ¿qué es el graffiti? Y si puede hacer una distinción entre el graffiti y el arte urbano pues...

Stinkfish: Pues graffiti para mí... hay unas características que deben cumplir las expresiones en la calle para que sean graffiti. Una es que sea ilegal, otra es que sea independiente y otra es que sean anónimo ¿sí? Digamos que esas tres características cuando se juntan generan el graffiti ¿sí? Se habla de graffiti. Arte urbano, *Street art* y otros términos que se han inventado, neomuralismo, todo eso, obedece más a dinámicas de mercado ¿sí? En cierto momento entró una necesidad de diferenciar cosas, momentos y espacios para hacerlos accesibles a un mercado, pero por ejemplo para mí el graffiti no está ligado a la técnica. Cuando alguien está pegando un cartel está haciendo graffiti. Cuando está pegando un cartel está haciendo graffiti. Si alguien utiliza una tiza está haciendo graffiti Si alguien utiliza un aerosol que es como el icono del graffiti, de cierta manera, la herramienta icono, está haciendo graffiti. Se puede hacer graffiti de muchas maneras, por ejemplo, hay gente que hace proyecciones, entonces proyecta ilegalmente y desaparece cuando se apaga el proyector, pero está, a su manera, interviniendo ese espacio sin permiso, anónimamente e independientemente.

Hoy en día y también desde hace mucho tiempo, pues hay unas fronteras ahí, también, que son difíciles, a veces, de explicar ¿Sí? y lo que muchas veces no se entiende es que la misma persona que un día hoy hace un mural, que le pagan o que le ponen un andamio y que la Alcaldía saca un artículo, muchas veces es la misma persona que de noche hace graffiti, hace *bombing* toda la noche en puertas, rejas, paredes. Entonces digamos que ahí es donde esas fronteras empiezan a cruzarse. Muchas personas trabajan en proyectos comerciales, pero a la vez esos proyectos comerciales alimentan todo el graffiti ilegal que ellos hacen todos los días.

PA: Sí, como Fco.

Stinkfish: Como muchas personas, como muchas personas que están. Yo mismo también trabajé en proyectos comerciales en otro momento con el grupo que empecé a pintar, entonces, son fronteras ahí que se han roto y que han generado, también maneras de entender el graffiti de muchas... pues como de diferentes vías y creo que eso también lo hace interesante, si todo el mundo pensara lo mismo sobre el graffiti se volvería en algo como muy seco, aburrido, estático. Mientras que cuando llegan nuevas maneras de ver el graffiti, cuando se cruzan esas maneras de ver el graffiti, desde lo radical hasta lo totalmente abierto es cuando se vuelve algo más interesante.

PA: Bueno, en esas dinámicas de lo ilegal, lo anónimo y lo independiente que es como los tres ejes o las tres características que usted define el graffiti y bajo esas dinámicas ¿por qué

intervenir el espacio público de esa forma y de manera repetitiva? ¿qué puede haber ahí? ¿por qué hacerlo así?

Stinkfish: Pues el graffiti es una respuesta a un sistema en el que vivimos, un sistema de identidad, precisamente. El sistema en el que vivimos, en el que nos tocó vivir a nosotros, es un sistema que anula la identidad ¿sí? Que todo lo convierte en una masa. Entonces, eres en tanto tienes lo que nosotros te ofrecemos. Digamos que la lógica del estatus y de la existencia está ligada a lo que se puede tener y a la manera en que yo me reflejo en lo que me venden ¿sí? Como ir a la universidad, tener una familia, tener un carro, tener salud social, tener un seguro, tener las vacaciones como de postal, entonces en esa medida existo ¿sí? Si no estoy dentro de esa lógica mi estatus y mi existencia se ven reducidos dentro de la sociedad. El graffiti nace precisamente en ese espacio, hoy lo estamos hablando y es como: bueno, pero y el graffiti de las cavernas y los baños griegos y romanos y un montón de cosas... Sí, se pueden hacer referencias, pero eso no es graffiti. El graffiti nace en unos contextos muy específicos donde ciertas personas necesitan decir “yo existo” y mi manera de existir es salir y poner mi nombre o mi apodo o mi firma o mi carácter o lo que sea, una y otra vez, no es salir y ponerlo una vez, es decir: yo existo y este es mi espacio, como este lugar donde dicen que es de ustedes, no, es mío, las calles son mías y lo voy a hacer una y otra vez para que se sepa que es mío y que existo y que los demás me reconozcan. Como “ah, ese es el que puso o la que puso 50 veces su nombre durante dos meses”, así existe esa persona.

Entonces desde ahí es que tiene lógica la repetición y la identidad desde el graffiti. Pues una vez más, es como en lo que cae la gente usualmente y es como: pero ¿por qué Lego y por qué no pone otra cosa, por qué una y otra vez lo mismo? ¿Sí?

PA: Por qué no algo más bonito.

Stinkfish: Sí, exacto. ¿Por qué no un mensaje? ¿por qué no esto, por qué no lo otro? Y es como... No lo entienden, precisamente, desde esa problemática del sistema.

PA: Sí, pues hay mucha gente que dice que el graffiti, o bueno, el graffiti *writing*, que es como el que se caracteriza por escribir lo mismo siempre, es simplemente el juego de un niño que necesita atención.

Stinkfish: Sí, no y hay un montón de cosas igual, los perros que orinan en todas las esquinas y hay un montón de... Pero entonces no se hace la conexión “pero por qué”, entonces hay unos lugares muy específicos, entonces Nueva York, Filadelfia y tal, los 70, 80, mayo del 68 en Francia, el movimiento punk en los 70 en Londres ¿Sí? Entonces es como desde ahora se ven como modas,

como momentos, como cosas que pasaron allá lejos, pero muy poca gente es la que se pone a ver realmente qué estaba pasando ahí. La gente se estaba matando, la gente se estaba muriendo, a la gente la estaban matando, entonces es como casi que lo estaban encerrando en barrios campos de concentración para que el resto de la ciudad no los viera ¿sí?

PA: Sí, como un poco lo que dice este man, DjLu, que el graffiti en Nueva York nace como una forma de decir “no más” y yo me he tragado toda la mierda que he podido, entonces que ellos en los trenes que van desde mi barrio hasta el barrio de ustedes de ricos.

Stinkfish: Claro. Pues sí, es una sumatoria de cosas ¿no? Es una sumatoria de cosas de la manera en que se entendía la calle en ese lugar, en ese momento. Mucha gente dice, por ejemplo: no, pero es una cosa gringa ¿por qué no hacemos lo nuestro? y hacemos no sé qué y tal. Pero entonces uno se va a momento y eran latinos, eran colombianos, eran ecuatorianos, eran puertorriqueños, eran negros ¿sí? Entonces es algo que crearon, realmente, gente que venía de otros lugares o hijos de gente que venía de otros lugares...

PA: Sí, es una experiencia muy diversa.

Stinkfish: Entonces mucha gente habla a la ligera como sobre... No, es que es eso, un perro que orina en todas las esquinas o es un niño que necesita atención, pero bueno ¿cuál es la problemática? no es gratuito. Obviamente han pasado años, han pasado momentos, pero aún hoy, uno logra ver que el graffiti sigue hablando de esas problemáticas, puede que lo haga un man del norte, puede que lo haga un man del sur, puede que lo haga un man que está en una universidad, puede que lo haga un man que no hizo primaria o que se dedicó a otra cosa, aun así, sigue hablando de esas problemáticas porque el mundo sigue siendo el mismo. El mundo de los 70 al mundo hoy es el mismo, la gente se sigue muriendo de hambre, la gente la siguen matando, gente que no tiene casa. Las problemáticas siguen estando ahí y en esa medida el graffiti siempre va a existir de esa manera ¿sí? Lo pueden dar con un empaque muy bonito y no, es como que son muralistas y los otros son vándalos, pero a la hora de la verdad sigue siendo el mismo graffiti. La lógica siempre va a seguir siendo la misma.

PA: Sí. Y la mayoría de muralistas empezaron por el mismo graffiti.

Stinkfish: Mucha gente. Mucha gente empezó por el graffiti, muchos vuelven al graffiti o nunca dejan el graffiti.

PA: Bueno, ahora es como un poco más personal la cosa y me gustaría saber a usted qué lo acercó al graffiti y si puede identificar un antes del graffiti ¿cómo era usted antes del graffiti y qué hizo el graffiti que se interesara...

Stinkfish: Pues yo creo que la gente que llega al graffiti siempre tiene en común la calle. Si a alguien le gusta la calle, en ese sentido de habitar la calle y de recorrer la calle, la conexión con el graffiti es rápida. Alguien que... lo que hablábamos al principio, alguien que sólo utiliza la calle como un lugar de tránsito entre un punto A, B y C, colegio, universidad, trabajo, centro comercial y demás, el graffiti y la calle se le hacen algo muy lejano. No hay esa conexión.

Entonces, por ejemplo, en mi caso era eso. A mí desde pequeño me gustó la calle porque me gustó caminar por gusto. Creo que el graffiti en esencia es eso, es caminar. Es la gran diferencia, por ejemplo, con eso mismo, con la gente que se llama así misma muralistas y como otras cosas ahí que son lugares estáticos, como llego un día a un lugar, ahí está la pintura, pinto tres días y después ya vuelvo a mi estudio o a mi casa, lo que sea. La gente que hace graffiti está recorriendo todo el tiempo, está caminando, si usted no camina no puede estar haciendo graffiti porque usted necesita hacer una firma acá y otra acá y otra acá y otra acá y otra acá y al final de muchos días usted termina en un lugar que no esperaba llegar, como terminé en la primera de mayo o terminé en el centro, terminé en suba, terminé en... ¿Sí?

Entonces digamos que, a mí, antes de hacer graffiti me gustaba mucho caminar y llegar a lugares, como hoy vamos a ir a una cuadra más allá o vamos a ir un barrio más allá, hoy me voy a meter por esta calle que me daba miedo meterme, pero ya no me da tanto miedo, entonces me meto, terminé en esta tiendita, terminé en este restaurante. Creo que por eso me gustó el graffiti, cuando encontré ya la conexión, dije como “caminar la calle y pintar esto, hacer esto en las paredes me parece una buena combinación”.

Y, por otro lado, pues yo estudié Diseño Gráfico y ahí ya venían como unas problemáticas más de ese, como, momento de mi vida en el que era como “yo no quiero trabajar en una oficina”, o sea, sí me gustan cosas de lo gráfico y tal, pero no quiero estar todo el día sentado en un computador o en una mesa de dibujo y quiero que esas imágenes salgan a la calle, no quiero que alguien me dé órdenes, decirme lo que tengo que hacer y recibir un sueldo a fin de mes, sino como chévere sacar esas imágenes a la calle y ver qué pasa. Entonces se juntaron esas cosas y terminé haciendo graffiti, pero antes del graffiti, pues no, soy el mismo antes y después del graffiti,

sencillamente entré a un oficio en el que aprendí un montón de cosas, con un montón de gente con intereses parecidos, compartía los mismos espacios y demás, pero soy el mismo en lo básico.

PA: ¿Qué puede buscar alguien por medio del graffiti? hay gente que puede decir que es simplemente el hecho de resistirse y decir que existo, pero ¿puede haber algo más aparte de esa necesidad de eso? ¿qué puede buscar alguien a través de graffiti?

Stinkfish: Digamos que esa es la esencia del graffiti, pero como yo decidí y otras personas decidieron asumirlo es como un trabajo, es mi oficio, es mi trabajo ¿sí? Una vez más, no es el trabajo en el que firmo un contrato y me dicen “usted tiene acceso a estos beneficios y a este sueldo”. Es un trabajo en el que yo me dedico de tiempo completo y llego a un resultado, pero nadie me está pagando ni me está diciendo que hacer ¿sí? Entonces digamos que desde la idea de independencia también es algo muy importante el graffiti, es cómo yo puedo entenderme como alguien independiente que trabaja de manera independiente y hace lo que quiere, pero que necesita una rigurosidad. Entonces ese es el otro punto que muchas veces la gente lo toma a la ligera, es como: pues son vagos, son desocupados es gente que no supo que hacer, que no estudió, que no sé qué; y ya cuando la gente entra como a ver todo lo que hay detrás del graffiti, se da cuenta que es toda una rigurosidad, todo un oficio, todo un montón de cosas. Obvio que no es la misma lógica que el estudio en una universidad, no es la misma lógica del estudio en un colegio, pero la gente estudia todo el tiempo, la gente practica todo el tiempo, la gente aprende, enseña todo el tiempo. Entonces digamos que desde ahí pues es lo que puede encontrar alguien que entra finalmente a ese mundo, pues es su manera de existir, de vivir, de trabajar, de todo, lo mismo que hablábamos, hay una gente que se va a hacia lo comercial y pues mezcla su trabajo, termina de lleno en lo comercial, hay gente que, el graffiti tiene eso, hay gente que trabaja en algo totalmente distinto, de día, no sé, trabaja en una oficina, trabaja en un hospital, trabaja en la casa y de noche o por la mañana o en algún momento trabaja en graffiti, no le interesa para nada obtener un beneficio económico de ahí, pero sabe que es su trabajo. Y también es algo que mucha gente, pues tiene una sola, trabaja muy duro en graffiti cinco años, lo abandonan tres años, de pronto vuelven, de pronto abandonan... pues sí, tiene más que ver con eso ¿sí? Es más, una manera de entender la vida y los tiempos desde otras referencias.

Entonces en mi caso es así, es mi trabajo. Y también mucha gente no lo entiende porque no obedece a la lógica de 7 a 8 de la mañana a 5 de la tarde y los festivos me voy de fiesta, sino que

hay muchas veces los días en que uno está trabajando de lleno es los días en los que la gente está descansando aparentemente.

PA: Sí, no hay mejor día para pintar que un primero de enero, por ejemplo.

Stinkfish: Exacto, exacto. Entonces es como, pero cómo que un trabajo si hoy es el día de descanso, no sé qué, pero lo mismo que hablábamos al principio, usted lo habla con otra persona y lo entiende como: no, es mi hobby, el graffiti es mi hobby, como le meto toda la energía todo el cuento, pero es mi hobby, no mi trabajo ¿sí? O alguien le dice: no, es mi negocio, es el negocio al que yo llegué, yo no tengo una panadería, yo no tengo... no soy abogado, no soy tal, soy grafitero y ese es mi negocio 100%. Entonces es como que cada quien le podría dar una opción diferente. Pero creo que sí hay algo en común y, dentro la gente que pinta obviamente, es como ese detonante ¿no? De pronto hoy en día ha cambiado porque las referencias que recibe generaciones de hoy en día son muy diversas, entonces hay gente que la primera referencia que recibe es como pintar murales, entonces no existen para ellos los tags, no existe para ellos pegar un sticker, no existe para ellos otras cosas, sino no, es pintar un mural, es como ese es mi límite, mi meta, de la nada, de cero, mañana quiero estar pintando.

Pero yo siento que la mayoría de gente sigue siendo lo mismo ¿no? Es como el detonante básico y el detonante ilegal, como hoy lo voy a hacer, una gente con más miedo, otra gente con menos miedo, otra gente con algo más ambicioso, pero hay ese primer momento de lo hice y me gustó y me encanqué. O no, me dio miedo, me agarraron, no me pareció interesante, y ya, lo hizo una vez y punto.

PA: Bueno, hablando un poco más de Stinkfish ¿quién es Stinkfish? Y me gustaría saber de dónde sale el nombre, si tiene algún significado, digamos que hay gente que le pone mucho significado a los nombres, hay gente como Bako que uno le pregunta qué significa Bako y él dice “son sólo letras”. Entonces ¿Quién es Stinkfish?

Stinkfish: Pues Stinkfish es alguien que trabaja con el graffiti y proyectos independientes de otros tipos, proyectos como Fanzines, ahora trabajo acá en este proyecto que se llama Instituto Bogotano de Corte donde tratamos de armar también iniciativas independientes, compartir con la gente, poner en circulación material e información básicamente. Y está muy ligado a la idea de graffiti. Yo creo que por eso siempre esas dos líneas han estado ahí porque es poner en circulación información de diferente tipo, pero cuando uno pone algo en la calle, lo que sea, pues uno lo pone ahí a circular y el que lo quiere ver lo ve, al que le gusta le gusta, al que no le gusta no le gusta,

pero es información también. Y los fanzines es lo mismo, es como le regalo algo y usted ve si lo guarda, lo bota, lo regala (...).

Y el nombre... Sí, también es algo más del momento, como que yo era adolescente en ese momento y me pareció interesante la palabra *Stink* cuando entendí que significaba. Entonces también como que el ambiente de ese momento de las motivaciones, la música, y empecé a poner en mis cuadernos, en el pupitre *stink, stink, stink*. Y después ya le sumé el *fish*, como *Stinkfish*, me parecía interesante. Como un momento eso, también de proximidad con lo repulsivo un poco, con la lógica del momento. Entonces es como pescado apestoso, pero en inglés. Y también hay cosas que se empiezan a hacer y en cierto momento terminan siendo lo que es. Entonces puse *Stink, Stink, Stink* y ya en un momento, pues la mayoría de gente que pintaba en esa época me conocía como *Stink* y ya, quedó *Stink*, nunca pensé en como “no, de pronto voy a cambiar mi nombre” y no, era mi nombre de calle y punto. Entonces ahí quedó.

PA: Ya como terminando, qué piensa sobre la relación que se ha entablado entre el graffiti, la Alcaldía, algunas empresas, como esa intromisión que ha habido en los últimos años.

Stinkfish: Pue yo creo que eso es algo natural ¿sí? Cuando algo empieza a capturar la atención de la gente y empieza a generar miedo, la manera más fácil de controlarlo es absorberlo. Entonces no es algo que pase sólo con el graffiti, es algo que pasa con la música, con las drogas, precisamente con esos espacios de identidad al gobierno le da miedo eso, a la iglesia le da miedo eso, a mucha gente le da miedo porque sienten que ya no tienen el control. Entonces cuando el graffiti empieza a generar miedo en la gente porque dicen “no lo podemos controlar”, la manera más fácil es absorberlo. Y además es un canal de información super potente. Y precisamente lo que necesita el gobierno es información, canales de información. Entonces sencillamente dicen como “bueno, nosotros tenemos dinero, ustedes tienen graffiti ¿quién quiere dinero por hacer graffiti para nosotros?” y aparentemente graffiti. Y es algo normal, o sea, es algo que se dio exacto, en Nueva York hace 20 años, en México hace 15 años, en Colombia hace 5 años, no sé, en Bolivia va a pasar en 2 años, como todas las historias del graffiti llegan a ese punto, es algo natural. Entonces mi opinión es esa, como el que quiere hacerlo, de pronto a veces pasando por encima de sus ideales o de sus discursos y de sus cosas, pues lo hace y punto. Digamos que la posición desde mi punto no es como: No hay que hacerlo, ustedes son traidores; ese no es el punto. Más bien es como: bueno, los que seguimos trabajando o caímos en eso y regresamos, pues sigamos incentivando el otro lado, sigamos trabajando desde ahí y hablando desde ahí. Pero obviamente va a seguir pasando.

PA: Pues digamos que hay personas que dicen que lo que está pasando con el graffiti es una especie de consenso entre la gente a la que le gusta y a la que no le gusta y se puede llegar a hacer cosas en común y proyectos precisamente por esa intromisión al mercado. Pero ¿realmente hay un consenso o solamente hay...

Stinkfish: No, eso es imposible.

PA: ...se está acercando a algo similar?

Stinkfish: El graffiti es una expresión de ruptura por naturaleza.

PA: Sí, es un generador de conflicto.

Stinkfish: O sea, sí volvemos a lo lógico de lo ilegal, anónimo e independiente, siempre va a ser de ruptura. Desde ser anónimo, entonces, pero por qué anónimo y por qué no muestra su cara y cuál es el miedo que le da ¿sí? Entonces es como “no, no me da ningún miedo, se me da la puta gana, no quiero mostrar mi cara ni mi nombre real y punto”. Entonces desde lo ilegal, pues obvio, lo ilegal, pero por qué sin permiso, por qué ahí y no donde le dicen que lo haga. Y desde lo independiente igual, es como “pero por qué no quiere pertenecer a nosotros, nosotros somos chéveres, nosotros tenemos dinero, tenemos materiales”, “no prefiero independiente, No, pero por qué, eso está mal”, es como “pero por qué quiere ir en contra de la corriente”, supuestamente. Y por ejemplo que mucha gente dice “pero no, les dan espacios”, entonces la lógica que le venden a la gente es le van a dar espacios entonces ya no necesitan pintar donde no pueden, donde no deben.

PA: Sí, uno mira el decreto este que reglamente el graffiti y es completamente prohibitivo, nadie puede pintar.

Stinkfish: Sí. Y no, supongamos que todos deciden hacerlo en los espacios legales, va a haber a los dos días, tres días, a la semana, va a haber alguien que va a salir y lo va a hacer donde le dijeron que no se podía. A pesar del consenso, supongamos que se reúnen todos los grafiteros de Bogotá y firman un papel...

PA: Sí, es como “hágalo aquí” y lo único que va a hacer es como hacer que la práctica evoluciones porque al que le gusta hacerlo ilegal va a querer hacerlo en más lugares donde no se pueda y al que le gusta hacerlo legal se va a exigir más para ganarse los espacios.

Stinkfish: Claro, claro.

PA: Pero... pues digamos que yo he sentido un poco que ese ánimo de meter el graffiti en toda esta dinámica del mercado puede restarle valor político. ¿Le resta valor político meterse al mercado?

Stinkfish: Pues yo creo que pierde totalmente el discurso porque por un lado yo puedo estar diciendo “hago graffiti y defiando estas ideas de ilegalidad, anonimato e independencia de choque” y después voy y pinto una pared donde trabajo para un gobierno que es todo lo opuesto, no hay independencia, no hay anonimato, no hay choque, hay condicionamiento. Estoy trabajando para los intereses de un grupo de personas que están en contra de los míos. Entonces se pierde totalmente el discurso. Igual creo que es una cosa muy personal, a mí el discurso que me interesa que sea válido es el mío y conmigo mismo, ahí tiene que empezar. Entonces si yo pinto algo y a alguien no le parece, pues bueno, no le pareció, pero yo no voy a entrar en crisis por eso; si alguien pinta algo para la Alcaldía, como desde su posición radical y no sé qué y tal, y al otro día pinta algo para la alcaldía para los niños, pues a mí no me parece, pero si esa persona tiene su discurso claro para ella misma pues allá ella. Yo tengo mis opiniones, pero para mí obviamente se pierde todo el impacto del graffiti ¿sí? Hay cosas que a mí me gustan, el gusto es una cosa y yo veo algo que digamos, de pronto patrocinó la Alcaldía, digo “está chévere, me gusta como la técnica, los colores” yo qué sé. Pero a nivel de discurso y de impacto en mi caso me gustan mucho más cosas que se hacen con un marcador o una lata, como que yo paso al lado de una pared que terminaron cinco días pintando y todo y digo “wow, severo” y a las tres cuadras paso por un *spot* de alguien que se subió a un tercer piso y con dos latas hizo una cosa ahí bien hecha que se veía difícil de hacer y digo “uf, severo”. Digamos me quedo viéndola más tiempo y pensando cómo se subió y como “uy, cómo relleno eso” y “qué miedo estar ahí” o paso por una cuadra y de pronto, pues desde la esquina hasta la otra hay 30 *tags* de la misma persona y digo como “wow, severo” ¿sí? Además de si me gusta o no me gusta la firma pienso en la experiencia y en un montón de cosas, en la constancia. Entonces para mí ahí es donde está el discurso, para mí, por ejemplo, mi discurso está siendo mucho mejor cuando me puede estar invitando a algo un festival y me gusta y es severo y lo disfruto un montón, pero las experiencias que a mí más me gustan son cuando hago las cosas por mi cuenta, cuando compro mis latas, encuentro el *spot*, si me dan permiso bien, si no me dan permiso lo hago sin permiso y me siento micho mejor. Al final del día la satisfacción del día es totalmente diferente. O sea, en todos los espacios uno aprende y disfruta, pero hay unas cosas que siempre van a estar ahí.

Lo mismo que hablábamos, la gente que empezó haciendo graffiti y que llegó a otros espacios y otros momentos, pero sigue haciendo graffiti siempre encuentra ahí como el momento de satisfacción completa es eso ¿sí? Así haya pintado un mural de dos semanas va y hace unos *throw ups* y unas formas y tal, y ahí es cuando se siente completo, por lo general, siempre es así.

PA: Sí, es como Skore que vive de hacer murales, pero es uno de los escritores más activos en Bogotá.

Stinkfish: Exacto. Y yo creo que lo que él disfruta es hacer *bombing*, como que obvio, los murales le gustan y todo el cuento y ha desarrollado su técnica, pero de lo que uno ve, obviamente, ahí es donde está la potencia de su trabajo fuerte.

PA: Ya lo último es que usted me comentaba que alguna vez trabajó con marcas haciendo graffiti y la cosa, me gustaría saber cómo fue esa experiencia y qué lo hizo volver realmente, por qué encontró su satisfacción en el graffiti independiente.

Stinkfish: Pues yo empecé a pintar en la calle en un momento en que en Bogotá hasta ahora estaban explotando algunas cosas, el movimiento era muy pequeño, eran contadas las personas que estaban ahí y prácticamente nos conocíamos todos y todo era nuevo. Hacer algo era como la primera vez de muchas personas o cosas que se veían eran como “uy, es la primera vez que veo algo así”. De a pocos nos fuimos metiendo, no fue como un plan de “nos vamos a meter a hacer graffiti y está será nuestra vida” y tal, sino que lentamente uno se va metiendo, se va metiendo y más en un momento donde todo es aprendizaje. Y obviamente el dinero no estaba en el panorama de nadie, pero a la vez sí estábamos en un momento en el que necesitábamos saber qué hacer con nuestra vida, como... El graffiti va a ser nuestro hobby o sí nos vamos a meter, en el grupo que yo empecé que se llamaba Excusado y sin buscarlo, sin nada aparecieron proyectos donde había dinero, donde nos dijeron “oiga, está este proyecto ¿le gustaría participar?” y obviamente fue como un choque, pero a la vez también eso va a alimentar nuestro proyecto, estamos creciendo, estamos pintando, estábamos haciendo proyectos con otra gente, exposiciones, festivales, hicimos un montón de cosas y dijimos, bueno, todo esto que estamos haciendo sin dinero, si tenemos una entrada económica, eso se va a potenciar un montón, va a crecer y el grupo va a crecer. Y lentamente son esas cosas, que yo creo que le pasa a mucha gente, que uno dice voy a hacerlo un poquito y ya, pero sí, son cosas que lentamente empiezan a apoderarse, como la comodidad de ciertas cosas, que uno cree que es comodidad, pero a la hora de la verdad ni siquiera... Se empieza como a apoderar del todo, ya no es una hora al día, sino dos horas al día ya no es un día a la semana, sino son dos. Entonces hubo un tiempo donde mi grupo sin dejar de hacer su línea independiente, terminó muy metida en el trabajo publicitario pintando paredes, no haciendo graffiti, sino pintando paredes, que era como lo que hablábamos, pues es mucho más que una técnica el graffiti y ya estando ahí, pues me di cuenta que no era lo mío, no sentía la misma motivación, no fluían las

cosas de la misma manera, entonces a unos del grupo les fluía más, a otros nos fluía menos y lentamente el grupo se fue abriendo por eso y por otras cosas hasta que yo decidí salirme del grupo y apostarle por, no arrancar de cero porque ya tenía un recorrido, ya habíamos hecho un montón de cosas, pero sí arrancar en solitario y con otros amigos, entonces más o menos en ese mismo momento se crea APC, que eran gente que ya conocíamos, que estaban también pintando y que eran amigos.

Entonces salir como de ese espacio, abandonar como ya esa línea de trabajo donde lo publicitario era muy fuerte y empezar otra vez a darle, independiente totalmente y proyectos sólo míos, como cosas que yo quería hacer por mí y para mí, entonces creo que también fue muy importante dentro de mi historia haberlo hecho, como haber entendido de qué se trata, qué son los intereses que se mueven ahí, hasta donde llega, donde empieza y donde acaba y ya. Como poder hablar de las cosas desde la experiencia también es importante, si alguien me dice hoy en día “ah, pero usted trabajó en tal campaña de no sé qué cosa y cuando estaba en esa época en excusado”, pues sí, por eso es que hoy en día entiendo, como que yo no me senté a leer la biblia del graffiti porque no existe ¿sí? A decir esto es lo que voy a hacer y esto es lo que no voy a hacer, yo aprendí haciendo y cometí errores y cometí aciertos, y lo sigo haciendo. Como que todos los días en un aprendizaje, creo que precisamente por eso el graffiti es de estudio todo el tiempo porque todos los días son de aprendizaje, todos, todos, todos; mañana cambia la ley, mañana aparece un nuevo aerosol, mañana aparece un nuevo *spot*, siempre hay que estudiarlo de manera diferente. Nadie tiene a la verdad sobre cómo se hacen las cosas.

PA: Listo, ya. Eso era todo.

Stinkfish: Listo, gracias.

ENTREVISTA 3: Carsal (Artista gráfico y activista, miembro del colectivo gráfico y político Pirotecnia Negra, referente nacional con una experiencia de más de 10 años en graffiti).

Fecha de realización entrevista: 16 de marzo de 2020.

Pablo Alejandro Afanador Baquero: Así como a manera de introducción, la primera pregunta es sobre el espacio público ¿por qué? porque en el espacio público es donde se desenvuelve toda esta dinámica y donde se da toda esta disputa sobre un territorio o sobre algunos espacios que es lo que viene a ser lo que se entiende como espacio público. Entonces, quiero saber, para usted, ¿qué es el espacio público?

Carsal: El espacio público en donde confluye todo tipo de personas, desde el chirrete hasta el burgués. Y es el medio y la plataforma de comunicación más amplia que existe con un montón de universos desde las individualidades de la gente que lo habita.

PA: ¿Por qué intervenir el espacio público en una ciudad como Bogotá? ¿Qué hizo Bogotá o qué tiene Bogotá que lo motivó a usted a intervenirla?

Carsal: Pues más que Bogotá es, puntualmente, el sitio donde uno ha crecido. Siento que, si estuviera en cualquier otro espacio también, depende de las condiciones sociales, tendría la corriente de lo que hago. Pues digamos que desde mi trabajo que tiene una corriente muy política y social, entender las situaciones de desigualdad, como todo el contexto político local, nacional y con los que dije anteriormente de que es el espacio de comunicación más amplio, pues aprovecharlo y difundir las ideas que uno tiene, y yo creo que por eso.

PA: Para usted ¿qué es el graffiti? Actualmente se ha visto también en Bogotá un poco la idea del arte urbano, hay gente que tiende a ponerlo en los mismos términos, entonces no sé si haya alguna diferencia. Entonces ¿Para usted qué es el graffiti? ¿tiene alguna diferencia con el arte urbano?

Carsal: Pues el graffiti sigo concibiéndolo como nació, como una muestra de alguna forma de rebelión, de desobediencia civil, de apoderarse del espacio público y de denuncia. Así sea la chapa de uno es una denuncia a muchos establecimientos, el intervenir algo supuestamente ajeno, pero que a la final se dice que es de todos ¿no?

Pero también el graffiti lo que se volvió fue una técnica. Entonces, empresas, instituciones, gobiernos se aprovechan de esa técnica para mostrar y vender cosas, pero se desliga totalmente de cómo nació y de cómo se concibe el graffiti que es un acto de desobediencia civil y de rebeldía.

PA: ¿Y el arte urbano que viene a ser?

Carsal: El arte urbano es un concepto mercantil que nació como en los dos miles de, precisamente, aprovechar esa técnica, aprovechar una estética para atraer en diferentes cosas, pero digamos que ahí... Es raro porque como que se tienen dos visiones desde una perspectiva de un graffiti purista que es como desde las letras, desde el *writing* que de alguna manera si uno habla con una persona que es neta, netamente pura de graffiti, dice que el estencil no es graffiti, que el sticker no son graffiti, que el cartel no es graffiti, sino que eso nace a partir de una nueva denominación que es arte urbano y que es una mierda totalmente mercantil.

Y por otra parte como ese boom de esa nueva corriente de graffiti que nace en los dos miles que se le denomina arte urbano. Entonces es como... Digamos que es como una división que hay entre épocas, como el graffiti clásico y un graffiti moderno, digámoslo así. Siento más que eso como las divisiones que algunas personas dan sobre *Street art* y graffiti, pero siento que esas cosas, en mi concepto, como el sticker o el cartel, sí son graffiti y siento que el concepto de arte urbano, ya más reciente a este punto, como a aterrizándolo a este espacio, es como el nuevo lenguaje o expresión de esa técnica que se vende del graffiti.

PA: Bueno, en otra ocasión alguien me mencionaba que el graffiti tiene como unos parámetros o como ciertas características que se deban cumplir. Según esa persona era que fuera independiente, que fuera clandestino y que fuera anónimo. Entonces, ¿Para usted tiene algunas características, tiene algunos requisitos para que sea realmente graffiti o no? O ¿qué piensa de esas tres categorías?

Carsal: Digamos que la clandestinidad y el anonimato no se da dentro de ninguna expresión urbana en estos momentos, ni en el graffiti, ni en rap, ni en muchas cosas existe ni la clandestinidad ni el anonimato. Eso no existe. En este círculo, en esto, no existe. Siento que eso sólo se concibe de una manera política donde el graffiti no hace parte. Pero sí estoy de acuerdo resto con la independencia, eso es lo que le da el valor al graffiti, la autogestión, el compañerismo, como estas cosas que lo unen a uno siendo totalmente ajeno a las burocracias y al mercantilismo de la sociedad moderna. Digamos que estoy de acuerdo con lo de independencia, pero en este momento, en el mundo como está tan congestionado y contaminado de redes, de internet, de todo esto, es imposible que exista el anonimato y la clandestinidad. Digamos que así uno piense y quiera eso, en la calle lo están viendo, en la calle le están tomando fotos, en la calle lo están compartiendo y así exista un pirobo el más clandestino, el más caletto que vaya rayando uno se lo puede pillar por ahí y ya le

conoce la cara y ya rompió su clandestinidad y ya rompió su anonimato. Y hemos visto y nos hemos dado cuenta que hasta el más caletto y clandestino se vende a festivales de graffiti.

PA: La siguiente pregunta sería: ¿quién era usted antes del graffiti en el sentido de su persona o su ser? ¿puede identificar un antes o un después de lo que era Carsal en su diario vivir? Y ¿qué lo acercó al graffiti?

Carsal: Pues digamos que los primeros acercamientos al graffiti que tuve fue de chinche, entonces siempre me ha gustado la gráfica, los dibujos, los colores, como todas estas vainas y digamos que siempre ha sido de un sector social bajo ¿si pillas? Como de barrio, de barrio popular, y en estos espacios hay expresiones graficas populares que, de alguna manera, me nutrieron resto, pero cuando salía del barrio, de la localidad y pillaba como en sectores más centrales como el centro, pues en las vías principales, como que las paredes pitadas como que uff, eso me llenaba y me motivaba un montón, aunque no entendiera muy bien las vainas y digamos que en la casa siempre hubo un discurso social muy fuerte como criticando y entendiendo las dinámicas coyunturales de los diferentes momentos entonces veía y sentía que en el graffiti estaban esas do vainas como que me nutrían y me gustaban, que era el pensamiento crítico y una expresión a partir de lo gráfico y desde lo pictórico. Entonces.... ¿Eso qué es? como en los dos miles la escena del graffiti era muy, muy, muy pequeña y digamos por lo poco que uno veía, entonces los colectivos o parches que figuraban eran Excusado, Toxicómano que era un parche y otras individualidades, y lo que hacían de alguna manera era conectarse a punta de blogs, entonces desde el poco acceso que tuve a internet siempre lo usaba para pillar como era la movida y como estando pendiente de alguna manera alejado, muy desde fuera y ya después de algunos años me motive y digamos que con bastantes miedos comencé desde la casa y fui creciendo y fui aprendiendo y hasta el momento.

PA: Bueno ¿Quién es Carsal y qué busca por medio del graffiti? ¿Carsal tiene algún significado?

Carsal: No, Carsal no es nadie. La chapa independientemente de las letras que sean o los iconos que sean es una mierda de ego y digamos que las firmas a veces son muy pailas. Como esa chapa es como un juego... Siento que es una mierda re patriarcal como del macho, como tan, yo soy el que más pego, yo soy el que más rayo, yo soy el que más estilo tengo, y es una mierda re asquerosa que... O sea, como que conflictúo resto y en muchas de mis piezas como el sticker que pegué tantos años nunca le quise poner chapa por eso mismo y aparte que poner una firma da pie para que la gente lo busque a uno o investiguen vainas o lo relacionen con cosas, entonces digamos

que no es el punto, pero la chapa siento que... Carsal no es nada, no es nadie y digamos que la técnica o las mierdas que desarrollo, las cosas que desarrollo, quiero mostrar una afinidad sobre a diferentes... No sé cómo decirlo, es que es como un conflicto de qué es políticamente correcto y políticamente incorrecto, pero entonces es como sentir afinidad con causas que creo que son justas y darle re duro a las vainas que siento que destruyen, corrompen y agobian a la gente, a las comunidades y eso es lo que quiero mostrar y seguirle dando palo y no importa las persecuciones o mierdas que me hagan, en el espacio o en lugar que esté, no voy a dejar de graficar, ni de decir lo que creo, ni lo que pienso.

PA: Bueno, también íbamos hablando un poco de esto de las chapas y de lo que usted hablaba y también en general de los trabajos en la calle, tengan firma o no tengan firma, hay algo que yo he encontrado y es que la gente que hace graffiti lo hace de manera repetitiva. No es como alguien que pintó un mural y nunca más lo volvió a hacer o alguien que pinta una vez al año o algo así, sino que es gente que está constantemente interviniendo, sea sólo un *tag*, sea una pieza grafica de denuncia... La pregunta es: ¿por qué intervenirlo de manera repetitiva? ¿por qué de esa forma? o ¿si se puede hablar de que hay algo de reiteración?

Carsal: Yo siento que son como varios factores, el que dije ahorita que es el ego del que más tiene o el que más hace o el que más estilo tiene. La otra es cuestión netamente como de familiaridad frente al espacio y las zonas que uno recorre, entonces digamos ir al barrio de un amigo, como poner unas firmas, crear una cercanía con gente cercana siento que es un ejercicio familiar muy áspero y digamos es un ejercicio de memoria y de recordanza muy brutal, no sé, digamos que un ejemplo grande es los chicos estos que murieron, los de Medellín, poder ver aún sus piezas y sus firmas es un ejercicio de memoria muy importante o digamos, estos días nos vamos a reunir para cuadrar una pintada por Thug, entonces todas las personas que vamos a hacer parte de un muro, todos vamos a hacer algo en memoria de ese man y es seguir con ese ejercicio y ese proceso de no dejar morir esas personas que ya no están ¿si pillas? Entonces siento que es un ejercicio de memoria y de familiaridad chimba, es un ejercicio la chapa de territorialidad, de aquí estoy yo o este es mi espacio y de lazos sociales muy ásperos también con familias que uno crea dentro de la misma escena.

PA: Ya para terminar, los últimos años se ha visto y ha crecido, hay como un auge en toda esta idea del arte urbano, de los tours, pareciera que hubiera como una relación entre lo que viene

a ser la alcaldía, algunas empresas privadas y lo que es el graffiti o lo que la gente cree que es el graffiti. ¿Qué piensa usted de esta relación que se ha visto en crecimiento?

Carsal: Pues toca hacer como una lectura de cómo es el capital ¿no? El capital capta todo lo que esté de moda o todo lo que esté siendo de agrado de la sociedad o de la gente para cogerlo y explotarlo y venderlo. Entonces, entendiendo esa dinámica capitalista, las instituciones lo que hicieron fue coger esa técnica porque, como le dije ahorita, siento que eso no es graffiti, sino que es coger la técnica del graffiti para institucionalizar una fachada muy bonita de lo que quieren ellos, como de dar una sensación de bienestar, que es lo que siempre nos venden los gobiernos y los diferentes sistemas.

¿Entonces cómo le da uno confianza a la ciudadanía y la gente de a pie que siempre ha visto el graffiti como algo como contraproducente a la estética normal? ¿Entonces qué hacen? Mostrarle a partir de cosas muy bonitas, muy elaboradas, un ambiente de bienestar, con animales, con colores, pero que a la final es toda una fachada y es un discurso falso. Y siento que es un asco como los mismos que hacemos parte de la escena, entendiendo la persecución tan hijueputa que hay todos los días, que uno siente la discriminación, el rechazo, la violencia que se ha ejercido... Cuántas veces a uno no lo han cogido y le han hecho no sé cuantas mierdas como para que uno por un par de pesos vendérselo al Estado o a alguna institución para mostrar una cara bonita, uy no. Eso es como a mí que me han hecho allanamientos y mierdas así, que tengo procesos y todo, presentarme a una puta convocatoria del Estado para pintar algo para ellos, eso es totalmente absurdo; o socios que yo sé que los han golpeado, los han desnudado, les han echado la pintura encima y, entendiendo que son ramas del Estado, ir a presentarse a una mierda de Hip Hop Al Parque o a una mierda de esas sólo por doscientas lucas o por unos seis tarros de aerosol, eso es totalmente una hipocresía y es una falta de respeto con la escena y eso es lo que degrada y daña este ejercicio contestatario que se hace desde la calle. Entonces, la institucionalidad ha arruinado, ha degradado y cada vez vuelve al graffiti más un negocio y una fachada de sus intereses.

PA: Listo, eso era todo. Gracias.

ENTREVISTA 4: Skore999 (Artista plástico y referente del graffiti nacional e internacional con más de 15 años de experiencia de más de 10 años en graffiti).

Fecha de realización entrevista: 29 de marzo de 2020.

Pablo Alejandro Afanador Baquero: La primera pregunta, así como a manera de introducción, es sobre el espacio público ¿por qué? porque es a partir del espacio público que uno puede llegar a entender una ciudad. Entonces a partir de cómo se maneja el espacio público en una ciudad uno puede entender cómo la gente puede habitar una ciudad. Y es en el espacio público donde se desenvuelve toda esta dinámica del graffiti. Bueno, entonces después de esa breve introducción quiero saber para usted ¿qué es el espacio público?

Skore999: Para mí el espacio público, en este caso, en nuestro contexto de graffiti, es como nuestro hábitat. Y pues para mí es como parte de nuestro lienzo, por llamarlo de alguna manera, el soporte, que no es de nadie, que al mismo tiempo es nuestro. Que es privado, que es público, pero que a la final es como la mitad del corazón del graffiti. Es ese hábitat, ese espacio nuestro, “nuestro” entre comillas ¿no?

PA: Bueno, entendiendo eso que dice usted que el espacio público es como esa parte donde se desenvuelve, ese hábitat del graffiti, la pregunta viene a ser ¿por qué intervenir el espacio público en una ciudad como Bogotá? ¿Por qué tomar la decisión de intervenirlo?

Skore999: Precisamente “pública” a mí me remonta a algo que es, entre comillas, de todos porque fue construido o se paga con nuestros impuestos. Seguramente cada escritor tiene características o teorías distintas sobre qué pintar y qué no, yo procuro hacerlo así en espacio público literalmente, no así en casa privadas de la gente o algo así. Y creo que se escoge este espacio colectivamente porque es donde la gente va a verlo en realidad y más allá de la gente, también se vuelve un círculo cerrado que somos nosotros mismos. Y para la gente eso puede ser un garabato, una cucaracha, algo sin sentido, pero nosotros somos los que nos apropiamos de eso sin ser dueños de nada, como que son nuestros códigos y el soporte más visible para cualquier persona que tenga que vivir en una ciudad.

PA: Últimamente el Bogotá se ha visto mucho auge en esta idea del graffiti o lo que mucha gente piensa que es el graffiti o qué debe ser, pero digamos que pocas personas se han detenido a decir realmente qué es el graffiti. Para usted ¿qué es el graffiti?

Skore999: Bueno, eso es una pregunta muy común, pero que al mismo tiempo se va transformando con el paso de los años, seguramente mi percepción de graffiti a cuando empecé a

la de ahora es muy distinta, pero el común denominador de todo lo que llegue a pensar es pintar o alterar algo que esté de un solo color. Para mí es como una expresión muy básica del humano de querer, ni siquiera expresarse sentimentalmente, sino expresarse, como que si tiene a la mano en una mesa o en algún soporte algo que marque o algo pinte, algo que raye, el humano lo va a tomar y lo va a usar. Entonces para mí el graffiti es esa acción de pintar cualquier superficie y no necesariamente estoy hablando de un aerosol y un muro de ladrillos, sino cualquier superficie con cualquier técnica, al escribir una firma, un nombre, un tag, un pipi, un muñequito, para mí eso ya es graffiti.

PA: Cuando también se habla de graffiti, justo en momentos como estos que se ha visto, de alguna forma, promoción en muros de gran formato, de mediano formato, de becas, de un montón de cosas o gente que hace murales por encargo, hay personas que tienden a poner el arte urbano y el graffiti como en los mismos términos, hay otros que prefieren diferenciarlo. Para usted ¿el arte urbano y el graffiti tienen alguna diferencia o son lo mismo?

Skore999: Bueno, sí... No sé. Digamos que mi percepción de graffiti quizá es más letras, como esa escuela rapera que recibí y el *street art*, el arte urbano o el muralismo es algo que transmite como otro mensaje, otra sensación. Digamos que para mí la acción de ambos es la misma, pero los dos tienen contextos distintos porque el graffiti que uno usualmente hace es muy egocéntrico y muy para uno mismo y ya, su nombre y ya, los que lo entiendan y lo respeten, pero el arte urbano quizá rompe esa barrera y llega a la gente más, como que transmite una sensación o un mensaje o se sienten identificados, les gusta o no, pero digamos que es una diferencia estética.

Mejor dicho, sí. Son distintas cosas, pero es la misma acción que es pintura.

PA: Ya hablando un poco más de Skore como tal, no sé si usted pueda ubicar o si hay un antes y un después de lo que era usted antes del conocer el graffiti ¿sí? No sé si cambio su forma de entender las cosas o si sigue siendo el mismo, pero pintando. Y ¿qué lo acercó a usted al graffiti?

Skore999: Bueno, la verdad es que el antes de yo hacer graffiti era un niño, empecé como influenciado de mi hermano mayor que el man cantaba y pintaba como en el 2002, 2003 y pues sí, yo tenía como 11 años, algo así. Pues era un niño, jugaba *hot wheels*, jugaba *play*; conocí el rap, el graffiti. Luego el man se fue vivir a otro país, perdimos como esa cercanía, él dejó de hacerlo un poco, pero yo sí... como que en verdad fue algo que realmente me enloqueció, fue impresionante. Como que cada vez quería más, más, más, más y me volví un consumidor de graffiti muy hijueputa, casi que nerdo, sabía de la escena local quienes eran todos, que pasaba, igual no éramos tantos en

esa época. Pues sí, básicamente fue eso, como el Hip Hop influenciado por mi hermano mayor y antes de hacer graffiti yo era un niño que jugaba con muñequitos y huevonadas, ahora sigo siendo un niño adulto que juega a pintar porque para mí esta mierda... obviamente el algo muy en serio, pero es una diversión, me divierte un montón y digamos que en este caso trabajo con graffiti, pinto casi todo el tiempo de mi vida, entonces si no hiciera graffiti, si no lo hubiera conocido, la verdad es que no tendría muy claro que estaría pasando... Robando bancos.

PA: ¿Quién es Skore? ¿Qué encontró usted en el graffiti, qué busca o buscaba? Usted me comentaba ahorita que fue algo que de cierta manera que lo llenaba, que su vida se guio a eso y usted se volvió consumidor de graffiti y un montón de cosas, pero ¿Qué encontró en el graffiti que hizo que realmente usted se enloqueciera, como dijo, por él?

Skore999: Yo creo que de toda la vida tuve esas ganas de dibujar, como de pintar, pero sólo al momento que salí y empecé a hacer bombas, escuchar ese sonido del aerosol “tsss” y que cambiaba con los *caps* que uno le ponía, la sensación que dejaba llegar del colegio, pasar en el bus y ver los graffitis que hice la noche anterior, cosas así. No sé, debe ser algo ligado al ego o al orgullo, pero fue algo muy seductor fue como encontrar también un reto conmigo mismo y con el mundo que me rodea y toda la gente que admiro, que admiré, que admiraré. Entonces fue esa vuelta de leer los estilos, de crear letras nuevas, de ser un movimiento inusual para la mayoría de humanos, eso me cautivó aún más, que es algo con un tabú muy grande... No sé, a la final como que siempre mi familia al comienzo me botaba la mala por eso, la gente, los escritores de Bogotá de esa época, entonces fue un reto como bien personal de querer crecer en la vuelta, de querer aportar, de intentar ser uno de los mejores y es algo que sigo ahí tratando de mejorar cada día.

PA: Usted habla mucho un poco sobre el ego y el orgullo que produce esto, pero digamos que hay personas que dicen que eso también se puede hacer de una u otra manera con otro tipo de actividad. La pregunta es: ¿por qué hacerlo de esa forma? Usted menciona mucho lo de escribir el nombre, de escribir para usted mismo y para otros escritores ¿por qué manejar esa forma o esa lógica?

Skore999: No, no. No es como que yo lo haga por esa razón. Nada que ver. De hecho, es lo que menos me importa en realidad, huevón. Digo que es ego y orgullo porque es una mierda involuntaria que la gente muchas veces niega, pero que está ahí, el simple hecho de escribir el nombre y que usted lo quiera ver y que sienta orgullo cuando lo ve, eso es puro ego.

Resulta que cada personaje tendrá una manera bien distinta de apropiarse del graffiti, para mí es como... Son las iniciales del nombre de mi mamá, es como Escobar Rosa Emilia. Entonces se vuelve algo también muy íntimo y muy personas, hasta de familia, como que ella también reconoce ya lo que yo pinto, mi estilo y se vuelven códigos errados. Nunca me importó como la opinión de la gente o si no, no haría graffiti. Esto es una mierda muy controversial, entonces yo lo hago para mí, a eso es a lo que voy cuando digo que es egocéntrico. Lo hago porque me llena a mí, porque me gusta a mí y porque es un reto que me puse a mí mismo cuando empecé. Ya son catorce años desde que llevo pintando graffiti y no he parado, ni pienso hacerlo y creo que cada vez me siento más renovado, pero nuevo en esta mierda. Falta mucho camino.

PA: Listo, ahora sí entendí. Lo había cogido por otro lado.

Hay otra cosa que es interesante en el graffiti es la forma en la que este de alguna manera teje redes de solidaridad o construye amistades en medio esto que es tan de uno, como dice usted. No sé si usted tenga una opinión con respecto a esto o si considera que el graffiti además de satisfacer a las personas haya tenido alguna influencia en ese sentido en usted.

Skore999: No le entendí bien esa pregunta. La pregunta es como si aparte de lo que yo pienso, como de origen que sería lo que le he estado hablado... ¿La pregunta es si esto me ha generado como otro tipo de satisfacción que no sea pictórica, sino como amistades? ¿algo así? ¿o a qué se refiere? ¿A los *crews*? ¿a qué?

PA: No tanto como satisfacción, no sé si no usé bien la palabra, sino ese apoyo y solidaridad incluso en gente que no conocía. Sí, digamos que en parte amistades. No sé si usted tiene alguna percepción sobre si en el graffiti hay algún tipo de solidaridad o se teje algún tipo de solidaridad entre escritores.

Skore999: Claro, huevón, demasiado. De hecho, eso es de las cosas más chimbas que rescato de hacer graffiti porque afortunadamente he tenido la posibilidad de viajar a varios países del mundo y creo que el 95% de mis viajes, todos han sido ligados a graffiti.

Digamos que hago parte del colectivo APC y ese parche para mí es una chimba porque es eso, es gente ya adulta que no necesariamente están con el video de graffiti estricto y el Hip Hop, sino es como un montón de artista, gente que incluso no nos conocemos todos con todos, pero digamos yo voy a Estados Unidos, a México, a España y las veces que he ido me ha esperado un APC que no me conoce, pero que conoce mi obra, conoce mi graffiti, mi vuelta y me abre sus puertas; y es recíproco, yo acá también le he abierto las puertas a gente que no conozco, sólo es el

amigo de un amigo, pero sólo por el hecho de hacer graffiti rompe esa barrera de desconfianza y más bien se vuelve una complicidad entre gente que no se conoce, pero que tiene los mismos gustos. Por ejemplo, yo, como le dije anteriormente, yo pinto graffiti desde muy pequeño y básicamente mis amigos, todos pintan, son artistas o hacen música, entonces más allá del graffiti, de quién es bueno, quién es malo, quién hace qué, se genera un círculo social muy fuerte, que digamos en mi caso ha sido mi familia, se vuelven como otra familia de distintas madres, son mis hermanos. He conocido panas que empezaron conmigo y se han mantenido, y eso es una chimba ya uno crecer y hablar de experiencias de antaño.

PA: Listo, otra cosa supremamente interesante del graffiti era esa condición de cambiarse el nombre. ¿Cuál es la razón o qué motivación hay de usar un seudónimo?

Skore999: Yo creo que eso sí ya va muy personal de cada escritor. Yo, por ejemplo, no he cambiado tanto mi nombre, pero más bien he cambiado el nombre, siguen siendo las mismas letras, el mismo significado, pero a veces me canso de empezar con una S, por ejemplo. Imagínese, huevón, doce, catorce años escribiendo la misma mierda, creo que ya se torna hasta fastidioso para el cerebro. O simplemente porque ya no se siente identificado o el nombre ya no le gusta, no sé... he conocido varios escritores que se cambian los nombres por distintas razones. Yo lo hago más que nada como por probar otro orden, otra estética incluso otro alter ego, como "okey, me voy a cambiar el nombre y voy a intentar que mi estilo no sea tan notorio o... sí, no sé, huevón.

PA: Hablando ya un poco más, no tanto en cuanto estético, sino por qué no dar la cara o construir un alter ego.

Skore999: No sé, huevón. Yo como Skore siempre me he mostrado como soy sin visaje, como este soy yo, esta es mi obra, esto pienso, esto hago. Digamos que en los primeros años sí era con el video del *underground* y que nadie supiera quien era y no mostrar la cara, pero eso con el tiempo pasa a otro plano porque ya hay como que crecer, ya... no sé si era sea la palabra adecuada, pero en mi caso fue así, como: no hay alter ego, sólo soy yo, soy una persona que le gusta pintar, más bien el alter ego es del resto de gente que se creen normales y tendrán sus bizarreadas bien ocultas. Y pues nada, este es mi vicio, este soy yo y esto es lo que voy a hacer.

PA: Listo, ya para terminar... en los últimos años se ha visto como una relación así super de la mano de empresas privadas, la alcaldía y el graffiti, entonces como gente metiéndole plata al graffiti de una u otra manera. La pregunta es ¿qué piensa usted de esa relación que se ha entablado justamente en estos últimos años?

Skore999: Bueno, pues a mí me parece que es una relación que se veía venir porque muchos de los artistas llegan o empiezan a pintar con ese objetivo, de lograr vivir de ello, de mantenerse haciendo lo que quieren y me incluyo, yo soy como una persona que le gusta pintar de cualquier manera, sea legal, ilegal, sea en casa, sea afuera, sea donde sea. Todo esto requiere y tiene gastos que son muy difíciles de solventar así no más si uno no tiene un empleo estable o incluso el tiempo disponible, entonces creo que es un ciclo donde empieza ya a volverse el artista parte de eso para poder sobrevivir, para poder hacer lo que le gusta y... pues no sé, para mí es una posición bien imparcial. Evidentemente aporta al artista económicamente, también como haciéndolo crecer a nivel mundial, que se conozca en otros lados, que lo inviten a otros países, que sean marcas con sucursales en distintos lados. Todo eso creo que también es aprender a jugar y a tomar las cosas a su favor, si eso es lo que se está dando, si ese es el beneficio que de alguna manera estamos teniendo, pues hay que sacarle provecho al máximo, al menos para las personas que piensan que quieren vivir del arte, que quieren hacer lo que les gusta siendo, entre comillas, sus propios jefes, saliéndose un poco de esa realidad, de esa sociedad monótona y de rutina que está tan marcada. Entonces me parece válido.

PA: Listo, eso era todo. Muchas gracias.

ENTREVISTA 5: Alice (Artista gráfica y escritora, y dedicada a hacer graffiti hace varios años).

Fecha de realización entrevista: 30 de marzo de 2020.

Alice: Bueno para empezar, es la primera vez que alguien me entrevista, es la primera vez que Alice habla públicamente como hacia el mundo del graffiti, entonces como que primero que todo, mucho respeto porque no me siento la más pro ni nada de eso, como que quisiera dejarlo super en claro, pero siento que es importante que las chicas también sean escuchadas como en este espacio, como en esta práctica porque realmente sí es algo que de una u otra manera es algo que vengo trabajando mucho porque yo sé que cuando yo empecé a pintar no había muchas mujeres que lo hacían. Entonces si nos devolvemos al 2013 cuando empecé a hacer graffiti a el año 2020, ahorita ya hay muchas más mujeres que salen a hacer graffiti o salen a hacer tags o que de una u otra manera están en ese mundo y siento que hoy en el presente ya es mucho más fácil contactar con un graffitero y poder aprender a hacerlo, ya hay cursos de “cómo ser graffitero” que dictan precisamente artistas. Entonces sí siento que aún con tantos espacios que ya se brindan está un poco cerrado eso de las mujeres, lastimosamente porque muchas lo han dañado como al acercarse a los chicos como a preguntarles “Ay ¿y tú cómo lo haces?” y tan, en vez de ellas mismas arriesgarse a experimentar y a hacer sus propias cosas ¿no? Siento que están como muy ligadas a seguir una línea y como a buscar cómo parecerse a algo para poder estar en el top o poder encajar y siento que ahí se ha perdido la esencia de, realmente, lo que es esa originalidad de poder crear en la calle sin límites porque eso es como lo que el graffiti regala, como expresarte de la manera que tú quieras y al que le guste bien y al que no, pues no, al fin y al cabo es para destruir ¿no?

Pablo Alejandro Afanador Baquero: Sí. Entonces vamos con la primera pregunta ¿listo?

Alice: Dale.

PA: Bueno, así como a manera de introducción, la primera pregunta es sobre el espacio público ¿por qué sobre el espacio público? Porque a partir de cómo una ciudad entiende el espacio público y cómo maneja ese espacio público, tú puedes entender cómo la gente vive y habita en esa ciudad. Y es en el espacio público donde está el graffiti y donde se desenvuelve toda esa dinámica. Así empezando ¿qué entiendes tú por el espacio público? ¿qué es para ti?

Alice: Bueno, esa fue una pregunta un poco complicada, la estudié mucho porque no quiero verlo solamente sólo como un espacio, sino también nosotras como personas, nosotros como personas somos públicos ¿no? Porque al momento de tú salir y estar expuesto a otra persona eres

público y ahí es donde diría “pero yo tengo mis derechos y tengo mi respeto ¿entonces porque estoy en la calle soy público para tal persona?” y la respuesta sería “sí”, eres público porque estás ahí en ese lugar.

Bueno, un espacio público lo veo como... es un dominio que no tiene reglas. Es un dominio fuera de reglas. Y en la ciudad, más técnicamente, es como la cotidianidad de las personas a la vista de ellas ¿Sí? Entonces es un espacio donde cada ser puede interpretar y está libre de reglas. Es como lo que pienso.

PA: Bueno, entonces partiendo de esa definición que me das de espacio público ¿por qué intervenir el espacio público en una ciudad como Bogotá?

Alice: Como Bogotá... Bueno, yo pienso que en Bogotá que es como la ciudad de todos y de nadie a la vez, es como necesario... o sea, siento que yo no tengo un por qué lo intervengo. Creo que empezó diversión, pero lo veo como: no hay un por qué, pero si me vez entonces interprétalo tú ¿Sí me entiendes? Si tú lograste verme es porque de una u otra manera me estabas buscando porque a veces somos muy ajenos como a eso, yo siento que a veces hay una reja grandísima llena de tags, pero la persona que no sabe sobre el tema sólo ve eso, una reja llena de tags, en cambio una persona que sí sabe, que conoce de ese mundo y que de una u otra manera admira y respeta a las personas, ve cada firma, ve la firma grande, la firma fea, ve la firma pequeña, la firma con corrector, la firma que tocó a otra firma. Y sí, siento que no hay un porqué, simplemente lo empecé a hacer por diversión y hoy en mi presente pienso que, si me ves bien y si no, bueno, no puedo enseñarle de belleza a algunos ojos que no ven ¿no?

Sí, eso sería como lo que pienso.

PA: Listo. Entonces ya metiéndonos un poco más en la idea de graffiti ¿para ti qué es el graffiti?

Alice: ¿Para mí qué es el graffiti? Siento que desde el momento en el que empecé a pintar hasta el día de hoy no he logrado tener una definición de lo qué es el graffiti porque realmente esto me soya tanto que se convirtió en mi vida ¿ves? Entonces el graffiti hoy para mí sería mi vida, es como lo que yo hago. Mi mamá me dice “Dentro de todo lo que tú pudiste ser ¿decidiste ser grafitera?” yo como que digo “wow, sí” y lo escogería una y mil veces porque a mí la pintura me ha salvado de una manera. Entonces siento que el graffiti es un estilo de vida, es tu vida, es tus días, tus caminatas, lo que tú ves, la forma como observas, es como lo que te mueve, es como lo que mueve mi ser hoy en día. Eso es el graffiti para mí, más que sentirme grafitera o tenerles

admiración a graffiteros, le tengo respeto a lo que la pintura hace en la vida de cada quien, parece. Eso es como lo que para mí representa el graffiti.

PA: Bueno...

Alice: Ahí va más como a la segunda pregunta [...]

PA: Ya ahí vamos más como orientado a graffiti. Digamos que ahorita tú puedes identificar el graffiti como algo supremamente importante en tu vida y hasta lo defines como tu vida... ¿Quién eras tú antes del graffiti? ¿cómo eras tú antes del graffiti? ¿qué te acercó al graffiti?

Alice: ¿Quién o cómo era yo? Pues es que yo desde pequeña pinto porque mi papá es artista, es ingeniero, arquitecto, fotógrafo, ilustrador también, fue profesor también de dibujo. Entonces todas mis bases de dibujo realmente son gracias a mi papá, pero yo siento que yo antes del graffiti era una persona que no dibujaba con algún propósito o que de una u otra manera no le hallaba una razón a mis dibujos, solamente era la niña a la que le gusta dibujar. Pero hoy en día es como que Alice logró tener tanta trascendencia que, en un momento, yo no sé, cuando todo esto se volvió a ser algo como muy serio ¿Sí me entiendes? Dejó de ser solamente un juego para volverse algo serio y algo que yo dije en un momento: wash, tengo que llevarlo con responsabilidad porque yo ya no pinto solamente para mí, sino en mi graffiti hay un montón de voces femeninas y hasta masculinas que se identifican con ello. Entonces siento que era tal vez una persona normal que no decía mucho y desde que el graffiti llegó a mí soy una persona que puede comunicarse por medio de calles, de pintura, de caminatas. Soy una persona que dice mucho sin decir nada, siento que eso es lo que el graffiti ha hecho hoy en día.

Y va la segunda pregunta que es: ¿cómo llegó el graffiti a mi vida? Y siento que es muy importante nombrar a las personas que han hecho parte de este proceso porque siento que, así como mi padre ha sido mi gestor principal de mi formación artística, el graffiti nació porque yo soy de la localidad de Suba, yo represento la zona norte de Bogotá, entonces tenía un amigo que en ese momento su AKA era Bola8 y él practicaba graffiti, en ese momento digamos que yo no me identificaba mucho con lo que él hacía ni con su técnica, pero él un día me dice “acompañame a pintar” y yo no sabía nada de graffiti, y yo le dije “okey”, llegamos, él estaba con un amigo que pinta “Dark” y no sé si en este momento ellos siguen activos en graffiti o no, pero entonces lo que me llamó la atención fue el formato ¿sí? Que ya no era un dibujo en una hoja, sino que era un dibujo en una pared. Entonces como que ya no lo iba a ver sólo una persona, sino un montón de personas y eso fue lo que a mí me enamoró del graffiti. Y es ahí cuando yo empiezo a hacer mis

marcadores, recuerdo que yo tenía mis cremitas de escarcha y vaciaba todos esos tarros y se volvían marcadores y era malísima, a mí hacer puntas de marcador me llevó como 5 años porque yo era mala, o sea era pésima haciendo eso, pero a mí me encantaba intentarlo.

Y después, el primer graffitero así como importante que conocí fue Gold, que él representa como toda la zona de la 80. Y Gold tenía así característico que le encantaban las alturas, sus bombas, su carácter, entonces él me hace motivarme a subirme a un segundo piso y a veces yo me quedaba allá atrapada y decía “¿Cómo me bajo?” y él me decía “Inténtalo, sólo bájate”. Recuerdo mucho una cosa que él me dijo que de una u otra manera lo llevó mucho a mi vida, estábamos pintando y a mí me quedó feísimo, y yo veía lo de él y decía “wosh, él es muy teso”, entonces yo lo iba como a arreglar y él me dijo “No, no hagas eso, eso ya está ahí y eso no es lo que importa, lo que importa es el siguiente spot, que quede mejor”. Entonces eso a mí me quedó en mi cabeza, no importa lo que hagas, trata de que lo siguiente sea mejor, ya no te arrepientas de eso, eso ya está hecho, tú dale constante y verás que lo siguiente va a ser mejor. Entonces él es como la segunda persona pionera que me motiva a las alturas, que me enamora como de ese rigor del graffiti.

Y la tercera persona, con la que siento que pulí mucho mi técnica y que le tomé mucho amor a los tags, es Teku que en este momento ya no es Teku, sino Kurte. Nosotros fuimos amigos dos años, nos conocimos por medio de Facebook y pues nada, yo no le contaba a él que pintaba ni nada, pero después de un tiempo ya le dije como “Oye, yo pinto” y él me dijo como “Wash, que loco. Pintemos juntos”. Y recuerdo que en el año 2015, es muy importante ese año, en el año 2015 empiezo como mi activación como Alice, ahí ya como que más conocida porque con él comencé a pintar muy constante, y él era una persona que hacía muchos tags y muchas bombas, y ahí es cuando yo le empiezo a dar super duro a eso. Él genera como ese amor de Alice hacia los tags porque se volvió algo muy importante y yo no era buena, mis tags eran horribles y yo motivada le daba y rayaba cuadernos porque él me motivaba mucho a hacerlo.

Siento que como que esas tres personas son como las tres personas más importantes que me metieron como en este mundo, entonces de una u otra manera estoy muy agradecida con esas personas porque siento que son personas muy importantes en el proceso de Alice en la calle ¿Sí? Y como del crecimiento que ella tuvo como vandálicamente porque lo que yo hago no lo hago por ser bonita, sino porque quiero destruirlo.

PA: Bueno, pues de pronto esta ya la habías respondido como de forma indirecta, pero de pronto un poquito más puntual, es: ¿Qué busca Alice por medio del graffiti?

Alice: ¿Qué busca Alice?... Ah, okey. Bueno, pues Alice es... no sé, es una persona que ama estar en la calle. Tal vez no es una persona que tú vayas a encontrar en una discoteca bailando ni nada de eso, pero tal vez sí la vas a encontrar bailando frente a una reja o algo así, soyándosela, gritando, corriendo, riéndose, rompiéndose alguna lona para subirse, buscando una casa abandonada.

¿Y lo que busca por medio del graffiti? nada, Alice no busca nada. Yo no veo en esto nada. Yo lo que veo en esto es una salvación de mí ser, yo sin esto no sé qué sería de mi vida. Es una salvación el graffiti. Le doy muchas gracias al graffiti, le tengo mucho respeto a la pintura porque siento que me ha sanado y me ha salvado de mí misma ¿Sí me entiendes? De ese mundo exterior que a veces nos hace ser tan egoístas y tan feos, entonces siento que sí, que no busco nada, pero que al mismo tiempo me sana. Eso es todo lo que pienso del graffiti.

PA: Okey. Bueno, algo así como metiéndole de más, hablas mucho como de los amigos que te ha dejado el graffiti y todo esto, y esto me recuerda mucho a otro pelado que entrevisté y él me hablaba mucho de que el graffiti teje unos lazos de solidaridad muy fuertes. No sé qué opines como al respecto de esa idea.

Alice: Pienso que es un círculo bastante envidioso, pesado y más como mujer porque entre mujeres se tiran fuerte, fuerte. Pienso que sí, pues de pronto yo he tratado mucho de mantener protegida a Alice de las personas y ahí es cuando nace Alucina, que Alucina ya es como [...], ya tiene Facebook, Instagram, pero si tu busca a Alice tú no vas a encontrar sobre Alice y de hecho hay personas que ni siquiera las conectas ¿sí?

PA: Sí.

Alice: Yo siento que, así como teje lazos de amistad, también teje lazos de envidia. Uno no puede andar de fiado porque si tú te fías, te la hacen. Entonces yo siento que es un espacio muy envidioso, como en la vida, el que se duerme, pierde. Entonces no puedes andar pensando en que porque alguien te alaga, el día de mañana no te quiera hacer algo. Siento que hay que tener eso, hay que valorar mucho el respeto y el trabajo del otro, pero también siento que no por ser un buen artista eres una buena persona. Y en este mundo eso es lo que hace falta, más que buenos artistas, hacen falta buenas personas.

PA: Okey. Desde lo primero que dijiste y en algunas cosas que has hablado acá, por ejemplo, decías que resaltabas el papel de la mujer porque muchas chicas se sienten identificadas de alguna u otra manera e incluso hombres. Pero en un ambiente que se conoce como tan de

hombres... En un ambiente que suele ser como tan patriarcal, tan machista ¿cómo es ser mujer en el graffiti?

Alice: Yo me siento muy poderosa. El graffiti me ha brindado como mucho poder hacia mi persona porque yo he tenido problemas con graffiteros y yo no necesito ni llamar a mis amigos ni nada para irme a parar con alguno de ellos y decirle “¿Cómo fue, parece?” ¿Sí me entiendes? Porque no me da miedo, porque sé que lo que hago es tan sincero y tan real que no le tengo miedo al qué dirán. A mí alguien una vez me dijo “no importa si hablan bien o mal, lo importante es que hablen”, entonces yo me creí eso y a mí ya no me importan las críticas.

Siento que es muy cerrado porque los hombres piensan que porque tú eres mujer necesitas ayudas de ellos, pero no. Yo siento que eso caracteriza mucho a Alice. Alice se caracteriza porque nunca le pidió ayuda a nadie, aunque yo nombré a tres personas, nunca les pedí ayuda ni le dije “Ey, ¿cómo se hace un marcador?”, no, Alice investigó. Alice leyó. Alice se manchó. Alice lo hizo una y mil veces para llegar a eso. Siento que hay que romper como con ese estereotipo de porque soy mujer y hago algo de hombre, estoy buscando como que me reconozcan, no. Yo estoy al mismo, cuando salgo a pintar a mí no me importa si el que pinta es hombre o mujer, yo voy contra todo y le tiro más a los hombres porque me mido es contra ellos ¿Sí me entiendes? Yo no me mido contra las mujeres, yo me mido contra los hombres y digo “Wosh. Si él llegó allá, yo también puedo”. Entonces siempre he buscado eso, como competencia con chicos. A veces también lo veo como: pero ¿por qué? ¿por qué si tú eres feministas por qué no defender a las chicas y tratar de medirte con ellas? Siento que no, siento que todos tenemos una igualdad de persona. Y hasta en el feminismo siento que eso se ha llevado tan lejos que hay que romper con eso, somos personas, merecemos respeto y si tú lo quieres intentar no esperes que por ser mujer te traten diferente, simplemente hazlo y créetelas y crece, y si tal vez lo estás haciendo mal, mejora, pero no podemos esperar que por ser mujeres se nos haga fácil las cosas.

PA: Hablando ya un poquito más como de los tags, de las bombas y todo esto, hay algo que uno encuentra como característico del graffiti y es que las personas que hacen graffiti tienden a hacerlo seguido, justamente lo hacen parte de su vida y otra gente también me ha dicho lo mismo, se vuelve algo que es de mi vida y me dedico a eso. Ya la pregunta puntual sería: ¿Por qué intervenir el espacio público de manera repetitiva, de esa forma y con esa lógica?

Alice: Yo siento que también a veces llega a ser como inesperado. Mi recorrido era salir de la casa, tomar el alimentador, colarme en Portal Norte, bajarme en la estación de la 72, comprar

aerosoles de \$5.000 en Dmental, ya llevaba mis correctores y mis marcadores, y me iba caminando, tomaba mi ruta y yo a veces iba caminando y me agachaba a hacer un tag y veía un tag mío ya, y yo decía “¿En qué momento? ¿cómo estoy ahí? Yo no me acuerdo”. Siento que esa repetición va mucho en la constancia que tienes y como en el amor y lo que te gusta ver porque a veces tú dejas un tag y cuando vuelves a ese lugar, dos personas o una también hicieron su tag, entonces dices “Osh, esa persona me tuvo que ver”, para estar ahí me tuvo que ver. Así es lo mismo cuando te tapan, yo nunca me rayé porque me taparan, antes me hacía muy feliz que alguien me tapase porque yo decía “Me tuvo que ver” ¿Sí me entiendes? Yo voy y me consigo otro *spot* y me la soy, pero esa persona me tuvo que ver todo el tiempo que estuvo ahí.

Entonces yo siento que esa tendencia que tiene el graffiti a ser repetitivo es como un seguimiento y un decir “Yo estoy acá ¿Tú vas a seguir estando o te vas a rendir?”, es como eso, como un “Hola, ¿cómo estás? Aquí estoy ¿sigues o no?”. Es como una conversación callejera, como un Facebook, como un Messenger universal, ahí en el que todo el mundo escribe algo y el que sea más constante es el que se va a ver y el que va a estar principalmente.

PA: Ya yendo como a las últimas cosas, cuando uno habla de graffiti la gente tiende a ponerlo en los mismos términos de arte urbano o de *Street art* por alguna u otra razón y en especial en momentos como los que están pasando ahorita en Bogotá que se ve graffiti por todos lados, como que todo el mundo dice como “El graffiti es arte urbano” y entonces lo definen a partir del arte urbano o del arte y demás. ¿Qué piensas justamente de esa idea? No sé si haya alguna diferencia entre el arte urbano y el graffiti, si son lo mismo o qué.

Alice: Yo soy un poquito rayada y yo defiendo que el graffiti tiene una tendencia como a decir “Estoy en contra de” ¿Sí? El arte está más como a favor de mostrar la belleza de las cosas. En cambio, el graffiti es sucio, es gris, es tosco, es pesado, es agresivo. En cambio, el arte es todo lo contrario, es amoroso, es limpio, es algo hermoso hacia los ojos de otra persona. En cambio, el graffiti raya con todo, raya con la cotidianidad, con el espacio. Uno no puede comparar los dos porque son diferentes y siento que se nutren mutuamente, pero son diferentes, siento que son un Yin Yang, sin el uno no existiría el otro, pero no podemos llevarlo a que son lo mismo o que están en igualdad de condiciones porque no es así; porque un graffitero no tiene recursos ni el Estado le da pintura, en cambio un artista gana por ello mientras que el graffitero sigue en su anonimato, y el graffitero busca eso, anonimato y el artista sí busca como fama.

PA: Alguien también me había hablado de anonimato en alguna otra entrevista y bueno, me gustaría saber también tú punto de vista ahora que lo mencionas. Entre esa lógica del graffiti, que es disruptiva, que raya con la cotidianidad y todo eso, hay gente que coincide mucho con esa idea de anonimato ¿por qué anónimos? ¿qué motivación o razón hay en permanecer anónimos?

Alice: Eso me parece muy lindo. Yo admiro mucho a las personas que a pesar de su fama en la calle sigue siendo tan humildes y siguen buscando no ser reconocidos, porque es lo que te digo, esto salva vidas, más que lucrarlas. Entonces dentro de mi experiencia personal yo he hasta dejado de lado a mi familia por el graffiti, hay una frase que yo escribí que decía “Esto me ha quitado más de lo que me ha dado y esa es la mejor parte” o sea, a mí esto me quitó todo, pero al mismo tiempo me dio un montón de vida. Yo siento que esa es la importancia de ser anónimos, yo no estoy buscando nada aquí, yo me la estoy soyando y ya.

PA: Listo, yo creo que ya como para terminar la última pregunta es... Pues en Bogotá uno ha visto los últimos años que, prácticamente desde lo de este muchacho en la 116, ha cambiado un poco la idea del graffiti y el arte urbano, por lo menos del arte urbano, y se ha visto, justo desde ese año, como una relación muy estrecha entre el graffiti, la Alcaldía, empresas privadas porque empiezan como a financiar murales de mediano y gran formato, cosas que no se veían, empiezan a montar mesas locales y distritales de graffiti para sentarse a hablar con la gente y demás. Entonces quiero saber tú que piensas sobre esa relación entre la Alcaldía, las empresas y el graffiti... y bueno, también metámosle arte urbano.

Alice: Yo estoy triste. Me da tristeza ver a veces artistas buenos vendidos, parece, porque es lo que digo, los han matado, nos han matado por pintar, parece. Siento que estamos simplemente vendiéndole el alma al diablo ahí con esas acciones. Si empezaste con un ideal de querer defender lo que haces, si te vas a una mesa de graffiti lo estás vendiendo con toda. Recuerdo una vez que me invitaron a la Mesa de Graffiti de mujeres y yo decía “No, no, no” y me convencieron y bueno, fui a una reunión y esa reunión me ayudó a darme cuenta que no era muy verdadero porque la misma chica maneja la Mesa de Graffiti, salió de su propia boca: “es que la rosca”, “es que ella ya está por la rosca”, “es que ella ya pinta”; ni siquiera importa si tú vas a hacer presencia o no, la rosca es la que va a pintar.

Entonces siento que eso es como venderle el alma al diablo por lo que otras personas piensan, por unos tarritos de pintura y por un momentico de fama en Facebook, par de fotos, par de *likes* y ya. Siento que está bonito pintar la ciudad porque a mí como artista y como persona me

parece muy bonito darle color a las cosas porque a mí también me gusta. Desde mi punto como diseñadora yo entiendo que, así como estudié, necesito mi remuneración porque necesito pagar mi renta, comprar mis cosas, mis viajes ¿Sí entiendes? Pero siento que hay maneras de hacerlo sin venderse tanto. Estoy un poco en contra, no me gusta porque han matado a nuestros compañeros, la policía nos golpea, nos persigue, nos roba, y siento que lo único que están diciendo esas personas es “Estoy de acuerdo con lo que tú haces, síguelo haciendo”, entonces siento que no está bien. Siento que... Pues respeto a ciertas personas que se venden, pero yo siento que esas personas no lo hacen tanto por amor, sino más por dinero y ahí es cuando a la gente se le ve como las ganas de plata y de fama más que realmente el amor por su arte ¿no? Ahí es donde se ve cómo cada quién valora lo suyo, yo siento que el que lo vende caro no es que ame tanto lo suyo, sino que solamente quiere algo de dinero y ya, hay gente valora mucho lo suyo y nunca nada lo vende porque nunca nada va a llegar a cubrir lo que realmente vale, ni siquiera todo el dinero.

PA: Listo, eso era todo. Muchas gracias.