



Imaginación visual y cultura en el Perú

Gisela Cánepa Koch
Editora

Capítulo 20



Bernardo **Cáceres** / Raúl **Zevallos** / Raúl **Castro** / Valeria **Biffi** / Nelson E. **Pereyra**
Julio **Portocarrero** / Lucero **Silva Buse** / Rosario **Flores** / Juan Carlos **La Serna** / Óscar **Espinosa**
Deborah **Poole** / Isaías **Rojas Pérez** / Cecilia **Rivera** / María Eugenia **Ulfe** / Rodrigo **Chocano**
Ulla **Berg** / Alexander **Huerta-Mercado** / Alonso **Quinteros** / Jeroen **Zalm** / Mercedes **Figuroa**

DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS SOCIALES



**FONDO
EDITORIAL**

PONTIFICIA **UNIVERSIDAD CATÓLICA** DEL PERÚ

Imaginación visual y cultura en el Perú

Gisela Cánepa (editora)

© Gisela Cánepa, 2011

De esta edición:

© Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011

Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú

Teléfono: (51 1) 626-2650

Fax: (51 1) 626-2913

feditor@pucp.edu.pe

www.pucp.edu.pe/publicaciones

Corrección de estilo: Juana Iglesias

Diseño de portada: Camila Bustamante

Diagramación y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Primera edición: diciembre de 2011

Tiraje: 500 ejemplares

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio, total o parcialmente, sin permiso expreso de los editores.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2011-15303

ISBN: 978-9972-42-983-5

Registro del Proyecto Editorial: 31501361101813

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa

Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

GRAFFITI LIMEÑO: UNA FORMA JUVENIL DE TRANSITAR Y CONOCER LA CIUDAD

Mercedes Figueroa

Este artículo¹ tiene como objetivo general hacer una presentación de la situación actual de la actividad del *graffiti* en Lima, enfatizando los procesos detrás de sus diversas manifestaciones sin reducirlo a un análisis semántico o semiótico, rescatándolo como una acción que implica movimiento y constante desplazamiento. En otras palabras, se busca conocer el *detrás de escena* del *graffiti* limeño².

Para lograr esto, se identificó en primer lugar a los autores detrás de las imágenes, perfilándolos principalmente a través de dos casos que consideré representativos del *graffiti* limeño —el *crew* Dedos Manchados en la Jungla de Concreto (DMJC) y el Colectivo El Codo—, no solo por su trayectoria (tiempo que tienen pintando *graffiti*) sino porque manejan discursos diferentes, e incluso excluyentes, en torno a la actividad.

En segundo lugar se determinaron los diferentes espacios donde el *graffiti* se manifiesta, construyendo circuitos por los cuales los autores transitan su ciudad, conociéndola y dándose a conocer en cada intervención; atravesando constantemente los límites entre la legalidad e ilegalidad en dicho proceso. Dicha fluidez, propia de la naturaleza del *graffiti*, nos dirige a su vez al cuestionamiento acerca de otras características que se consideraban constitutivas de esta actividad, como la trasgresión, la marginalidad, la fugacidad y el anonimato; sobre todo cuando el *graffiti* es presentado como arte y sus autores como artistas en galerías o centros culturales.

Finalmente, en este proceso de legitimación del *graffiti*, se verá la importancia que tienen los medios de comunicación, tanto los tradicionales (prensa escrita y televisión) como la internet, un espacio «virtual» también atravesado por la fluidez de la actividad *graffiti*.

¹ Resultado de un trabajo de campo entre los años 2005 y 2006, correspondiente a la investigación realizada para obtener la Licenciatura en Antropología.

² Es por este motivo también que las imágenes (fotografías) que se verán a lo largo del texto muestran *graffitis* en pleno proceso de elaboración y no tanto productos finales o acabados.

REFERENTES

La mayoría de los autores consultados³ para esta investigación resalta el *graffiti* como un hecho que se ubica en el lado de la prohibición social: atenta contra un orden establecido, es trasgresor y sobre todo anónimo, pero sin reconocer (ni identificar) a los actores que están detrás de ese hecho. Por mi parte, lejos de negar su naturaleza trasgresora, presento sin embargo al *graffiti* limeño como una acción —y no solo por su contenido semántico—, destacando su naturaleza móvil en relación a la ciudad y considerándolo como una expresión que refleja procesos y realidades sociales de la mano de sus jóvenes autores, al convertirse en la manera en que estos se ubican y se encuentran a sí mismos en la ciudad, inscribiendo en ella su presencia. La revisión bibliográfica no solo me fue útil para conocer los trabajos al respecto realizados con anterioridad, sino que me indujo a plantear un debate en torno a dichos elementos como constitutivos del *graffiti*.

Por otro lado, cabe señalar que luego de la época del terrorismo y posterior dictadura, el contexto histórico y político de la ciudad de Lima estuvo marcado por un proceso de recuperación (y re-politización) del espacio público limeño que dio paso a diferentes usos de la calle como escenario y como medio de expresión, no solo a través de marchas estudiantiles o de colectivos civiles sino a través de manifestaciones de corte performativo⁴. Dicho proceso se vio alentado a su vez por el surgimiento de una corriente mundial promotora del desarrollo de diferentes campos de la cultura (teatro, danza, pintura, entre otros), con el fin de incluir y reintegrar socialmente a los ciudadanos a través del arte. Este fue el contexto en el cual aparece el *graffiti* que aquí analizo en la ciudad de Lima a mediados de los noventa.

Aproximadamente en 1996, un joven estadounidense de familia peruana que se hacía llamar *Trans*, en una de sus visitas a nuestro país, empezó a dejar su marca en paredes públicas y privadas limeñas, inicialmente de distritos como Miraflores y Surco. Como puede apreciarse (figura 1), el *graffiti* que él hacía (y continúa haciendo) no corresponde a pintas políticas ni barras bravas, manifestaciones que surgen en contextos particulares y que cumplen determinadas funciones⁵.

³ García Canclini (1990), Morales Mejía (1997) y Figueroa (1999).

⁴ Ver Leigh (2006). En Cánepa, Gisela y María Eugenia Ulfe (eds.), *Mirando la esfera pública desde la cultura en el Perú*. Lima: Concytec.

⁵ Las pintas políticas suelen surgir en momentos de crisis sociales y económicas relacionadas generalmente a la gestión del gobierno de turno que no satisface a una población (durante marchas de protesta pacíficas o violentas; cabe recordar que los movimientos terroristas como Sendero Luminoso y el MRTA también las usaron para transmitir sus ideas revolucionarias). Las pintas de barras bravas, por su parte, tienen una función territorial relacionada a grupos de jóvenes que hacen de la violencia (además del porte de armas y consumo de drogas) uno de sus elementos más resaltantes. La naturaleza de ambas pintas ha sido analizada ampliamente por diversos autores (Morales Mejía, 1997; Figueroa, 1999;



Figura 1. Firma de Trans en Miraflores, altura del cruce de las calles Bellavista y Pardo (foto de Mercedes Figueroa, noviembre de 2008).

El *graffiti* heredado por *Trans* básicamente conserva un estilo o estética relacionada al movimiento cultural conocido como *hip hop*, surgido a mediados de los años sesenta en Nueva York, utilizando los mismos materiales y adaptando las técnicas implementadas en esa época⁶. De la misma manera se adaptó un lenguaje que utiliza, a modo de jerga, terminologías que hacen referencia a técnicas, modos de pintar y de actuar, calificativos y valoraciones personales. Este *graffiti*, entonces, no necesariamente reivindica una ideología ni atenta contra un determinado sistema u orden.

DETRÁS DE ESCENA DEL GRAFFITI LIMEÑO

Sin embargo, el sentido político de este *graffiti* limeño se traduce en la búsqueda de reconocimiento de parte del joven autor respecto a su uso del espacio público, disputando tanto su identidad de joven como su identidad de artista, rompiendo con las significaciones y valoraciones tradicionales de arte con la propuesta de una técnica y soportes diferentes, presentándose como igualmente legítima ante la población citadina limeña.

Valcárcel & Panfichi, 1999, respectivamente); sin embargo, el tipo de *graffiti* que busco analizar no se presenta necesariamente en momentos de crisis ni cumple una función.

⁶ El *hip hop* tuvo sus orígenes de la mano de jóvenes provenientes de barrios marginales conocidos como guetos, que agrupaban sobre todo población migrante y afroamericana; este movimiento se caracteriza además por integrar otras manifestaciones como el *breakdance* (baile), *djing* (música) y *mcing* o *rap* (canto).

1. Autores: ¿quiénes pintan *graffiti*?

Uno de los primeros pasos para superar la reducción del *graffiti* a un análisis semántico fue identificar a los autores detrás de la imagen que se exhibe; encontrando jóvenes con realidades socioeconómicas diferentes, manifestadas tanto en motivaciones y gustos como en estratos sociales, niveles educativos y espacios en los que se desenvuelven. La actividad del *graffiti* no se restringe a zonas ni poblaciones marginales como solía atribuírsele en el pasado.

Para presentar adecuadamente el perfil de los jóvenes grafiteros de esta investigación se tuvieron en cuenta, en primer lugar, variables como género, rango de edad, tiempo que tienen en la actividad, nivel socioeconómico, distritos de residencia y grado educativo alcanzado, las cuales me permitieron una descripción general. Resultando así jóvenes varones entre 22 y 27 años de edad, de estratos socioeconómicos medios que viven en distritos como San Martín de Porres (SMP), Chorrillos, Salamanca - Ate Vitarte, Cercado de Lima, La Victoria, Breña, Pueblo Libre, Miraflores y Barranco. El tiempo que tienen pintando *graffiti* fluctúa entre los 4 y 13 años de experiencia y la mayoría posee estudios superiores terminados o inconclusos. En segundo lugar se consideraron aspectos más subjetivos e individuales como las motivaciones que tienen para pintar *graffiti*, tanto en sus inicios como en la actualidad.

Motivaciones	Descripción	Observaciones
Iniciales	Satisfacción personal	Estas motivaciones hicieron posible el desarrollo del joven como <i>grafitero</i> , pero la mayoría de ellas aún se mantiene en la actualidad, con la misma importancia.
	Vocación artística	
	Posibilidad de expresión	
	Posibilidad de conocer y estar en la calle	
	Sensación de adrenalina	
	Doble papel entre reconocimiento y anonimato	
	Espacio activo de socialización (agrupamiento)	
Actuales	Formación de un estilo	
	<i>Graffiti</i> como forma o estilo de vida	
	Posibilidades de estudios superiores	
	Remuneración monetaria	
	Reconocimiento del <i>graffiti</i> como arte	
	Reconocimiento como artistas	
Ingreso a espacios más convencionales		

Perfil del joven grafitero

En lo correspondiente a las motivaciones iniciales de estos jóvenes para pintar *graffiti*, cabe destacar la vocación artística que todos los entrevistados poseen, la posibilidad de expresión que les ofrece una técnica como esta y la sensación de adrenalina que les otorga el hacer algo prohibido. Por otra parte, el desarrollo de un estilo personal y propio es una motivación que permanece a lo largo del crecimiento y evolución del joven como *grafitero* y artista, practicando, innovando, creando constantemente.

Pero las motivaciones personales y el talento no son los únicos elementos importantes en el desarrollo de estos jóvenes; también lo es su disponibilidad de materiales para seguir practicando con el propósito de encontrar ese estilo propio que lo diferencia del resto de jóvenes dedicados a la actividad y hacer del *graffiti* una forma de vida. Para esto se hace necesaria cierta capacidad adquisitiva, la cual también puede ofrecerles la posibilidad de seguir estudios superiores. De esta manera, unos podrían presentar cierta ventaja o mayores posibilidades que otros en lo que a desarrollo profesional y capital simbólico se refiere.



Figura 2. Integrantes de DMJC en intervención ilegal en el distrito de Los Olivos, altura del cruce de las avenidas Angélica Gamarra y Universitaria (foto de Mercedes Figueroa, junio de 2005).



Figura 3. Integrantes del Colectivo El Codo en intervención legal en el Centro Cultural de España, Jesús María (foto de Mercedes Figueroa, agosto de 2006).

Otra de las características de estos jóvenes grafiteros es su tendencia a agruparse, que se basa —principalmente— en la amistad que los une y en el gusto e ideas que comparten alrededor de esta actividad. Asimismo, la mayoría reproduce la naturaleza móvil del *graffiti* debido a su flexibilidad, haciendo posible la circulación de distintos integrantes en nuevos ingresos y salidas. Como ya se había mencionado, durante el trabajo de campo se contó con los miembros de dos grupos diferentes: el *crew* DMJC y el Colectivo El Codo.

El primer grupo se formó en el distrito de San Martín de Porres (SMP) hace ya más de diez años, integrado inicialmente por adolescentes que vivían exclusivamente en barrios de dicho distrito. Con el transcurso de los años, se dio paso al ingreso de jóvenes residentes en otros distritos. Los integrantes de DMJC son, en su mayoría,

pioneros de la actividad en nuestra ciudad, con una experiencia que varía entre los siete y catorce años, habiéndose iniciado de manera autodidacta, improvisando material⁷, cuando aún eran adolescentes, a mediados de los años noventa. Estos jóvenes han heredado la estética y códigos del *graffiti* traído por *Trans*; es decir, adoptando un lenguaje (la propia palabra *crew* es muestra de ello) y ciertas maneras o prácticas (música⁸, ropa).

El Colectivo El Codo, en cambio, se formó a finales del año 2003 en un ambiente distinto, que podríamos llamar institucional, ya que todos sus integrantes iniciales eran estudiantes de artes plásticas en la Escuela de Bellas Artes. Fue en dicha institución donde sus miembros se conocieron y compartieron sus gustos, inquietudes e ideas respecto a su desarrollo como artistas y al uso del *graffiti* como el medio para llevarlo a cabo. Teniendo acceso además a otro tipo de materiales, técnicas y soportes.

No solo se caracterizan por su formación académica en artes plásticas sino por su interés de diferenciarse del *graffiti* que surgió en Lima a mediados de los años noventa, con una estética y técnica diferentes acompañadas de un discurso que institucionaliza la actividad. Cabe señalar que estos jóvenes se iniciaron en la actividad cuando *Trans* ya no era el único referente de *graffiti* en Lima, gracias sobre todo al desarrollo tecnológico y comunicativo —con la internet como su mayor exponente— que les permitía el acceso a información e imágenes de *graffitis* de todo el mundo. Por último, todos sus integrantes tienen menos tiempo en la actividad, alrededor de seis años en promedio, en comparación con los integrantes de DMJC.

La actividad del *graffiti* no solo brinda a sus autores un reconocimiento individual; estos se organizan en agrupaciones con las que también se presentan en la ciudad, adquiriendo una identidad grupal o colectiva por medio de la cual buscan a su vez ser reconocidos. Finalmente, con motivo ya no solo de una mejor presentación del joven grafitero sino de la naturaleza misma del *graffiti* se decidió nombrarlos por sus seudónimos y no por sus nombres propios.

2. Procesos de elaboración: ¿cómo se hace *graffitis*?

Este apartado está destinado a mostrar la elaboración material de un *graffiti* desde el inicio hasta el producto final; lo cual, junto a la identificación de los autores detrás de la imagen, contribuirá al rescate del *graffiti* como acción, como técnica.

⁷ El uso de Griffin (betún líquido) en lugar de *spray* o plumones era recurrente, ya que la pintura en *spray* estaba destinada a otro tipo de soportes y el costo de una lata podía llegar hasta los ocho soles.

⁸ *Pésimo*, *Entes*, *Musik* y *Kazú*, integrantes de DMJC, conforman el grupo de música *rap* Demejotas desde inicios del 2005, llegando a componer y grabar el tema principal de la primera temporada de la conocida miniserie peruana *La gran sangre*, transmitida por Frecuencia Latina.

Materiales

La frecuencia de las intervenciones, tanto legales como ilegales, depende de la disponibilidad del joven en cuanto a materiales; por lo cual se encuentra estrechamente relacionada al desarrollo del estilo propio (que comienza desde el proceso inicial de aprendizaje) y a la evolución personal hacia la condición de artista y futuro profesional (que continuará a lo largo de su carrera). Por lo tanto, hacer *graffitis* implica una inversión considerable de tiempo y dinero.

El material por excelencia en la elaboración del *graffiti* es el *spray*. Apareció en Nueva York a finales de los sesenta, contribuyendo al desarrollo de estilos: desde el sencillo *tag* hasta el complicado y casi ilegible *wildstyle*. Los *graffitis* que involucran el nombre del grafitero se llaman *piezas*, las cuales se realizan con diferentes estilos, ya sea por la complejidad de la letra utilizada o por los colores que predominan, y con distintos nombres (*bubble*, *silver*, *3D*, *wild style*, *throw up*, *free style*, etcétera). Los personajes, de libre creación del autor, se denominan *characters*.

Cabe destacar que la pintura en *spray*, más conocida como aerosol, no fue creada particularmente para la elaboración de *graffitis*, sino para un uso casero, encargándose de cubrir superficies como sillas y muebles o alguna pequeña área del chasis de un auto.

Fueron los mismos jóvenes quienes, en su afán de hacer más llamativas sus firmas, encontraron en esta pintura el medio ideal. Aprender a pintar con este material requiere un esfuerzo especial ya que para hacer el trazo la pintura no es colocada con un instrumento como el pincel, el cual puede tocar directamente el soporte; la pintura en *spray* es emitida a presión a través de un orificio y hay que dirigirla, sin tocarla, a la superficie que se va a pintar. Solo a través de la práctica constante el grafitero logrará dominar el uso de la lata: controlará su pulso y la presión que ejerce sobre la tapa para que una misma cantidad de pintura sea emitida en cada trazo y evitar así su desperdicio. Actualmente, las marcas más utilizadas por los grafiteros limeños son: Abro, Knauf y Top Colors, y ninguna está destinada a la elaboración de *graffitis*.

Luego se encuentran los plumones, material recurrente básicamente para hacer firmas. Se les prefiere indelebles y de puntas biseladas. Además, es una de las maneras más económicas de mantenerse interviniendo. Para intervenciones más elaboradas y de mayor tamaño se usan brochas, estenciles, pintura látex, entre otros.

Elaboración

A continuación, resumo en cinco pasos simples y generales el proceso de elaboración del *graffiti*:

- a) Primeros trazos en la pared con un solo color que sirve como boceto.

- b) Relleno de fondo de la figura (*characters* o dibujos) o *pieza* (nombre del grafitero o del *crew*) con pintura (Tekno, etc.) para que el *spray* se adhiera bien al soporte o para tapar otros dibujos (esto se usa sobre todo en paredes que no están pintadas, de solo ladrillos o de solo cemento; y en paredes que ya están pintadas con otros *graffitis* y firmas, es decir, con *spray* o plumón). El orden de los puntos a y b puede variar dependiendo del material que tenga el grafitero y de lo que quiera dibujar, además del soporte. La función del fondo es hacer contraste con la *pieza*, resaltándola.
- c) Dibujo de los motivos de la *pieza* o los rasgos del *character* o dibujo. Se van delineando las letras, se llena el fondo con el color o los colores deseados, dependiendo del estilo que se va a utilizar. Por ejemplo, en el caso del *silver*, el color básico es el plateado y en el caso del *free style*, los colores se eligen según el criterio o preferencia de cada uno de los autores y de su disponibilidad de material. En lo que respecta a los *characters* y dibujos, se va dando forma al personaje, a su ropa, a sus facciones o rasgos principales (si no se trata de alguna forma humana propiamente dicha) y se va cubriendo el fondo si es que se preparó uno. Aquí no hay estilo registrado alguno, es creación propia del grafitero como en el caso de una *pieza* elaborada con el estilo *free style*.
- d) Se dan los retoques finales. En ambos casos, *piezas* y *characters*, se difuminan las letras para dar un efecto especial o se difumina el rostro para lograr una expresión o gesto determinado, respectivamente. A veces los jóvenes se esmeran mucho en los retoques, es su sello personal, así que lo hacen cuidadosa y detenidamente. Si las circunstancias lo permiten, pueden demorarse, solo en los detalles finales, más de la mitad del tiempo que les toma hacer todo el *graffiti*.
- e) Finalmente se hace la firma, sobre todo en el caso de los *characters* y dibujos; puede ubicarse a un costado, encima de los dibujos o donde el joven quiera ponerla. Suele ser de un solo trazo y de un solo color; otras veces la firma es parte del *graffiti* y complementa al *character* o dibujo. Las *piezas*, por su parte, incluyen el nombre del grafitero por lo cual, con mayor razón, son trabajadas con la misma minuciosidad que implica un *character* o dibujo; las firmas pueden corresponder a los nombres de otros grafiteros que no estuvieron presentes durante la intervención, también puede colocarse el nombre del grupo como una firma. Pero si se pinta en una *pieza* el nombre del *crew*, suelen colocarse, de un trazo y de un solo color, los nombres de todos los integrantes. Incluso se colocan los nombres de otras personas, es decir, no pertenecientes al *crew*, como sus parejas u otros conocidos, por ejemplo.

3. Espacios: ¿dónde se manifiesta el *graffiti*?

Para encarar el tema del espacio, partí de que la ciudad de Lima puede ser abordada desde su visualidad: a través de su trazo urbano, de sus grandes edificaciones (que muestran un crecimiento vertical) y de la distribución de estas; además desde los circuitos de caminos y sendas que articulan todos sus distritos. Tales referencias espaciales y visuales, adornadas todas a su vez de grandes paneles publicitarios, resultan fácilmente identificables para el habitante que las recorre de manera habitual, formándose así una imagen y percepción de la ciudad que conoce, permitiéndole en principio desplazarse con mayor eficacia en ella.

Debido a la naturaleza móvil de su actividad, estos jóvenes han ido conociendo su ciudad, recorriéndola para dejar su marca en su búsqueda de reconocimiento como artistas y del *graffiti* como arte. Es en este desplazamiento constante, en esta relación que establecen con su ciudad y con los distintos espacios que esta ofrece, que dialogan con su discurso oficial (ornato público) y con otros ciudadanos. En sus recorridos, el joven grafitero ha ido cruzando las fronteras de la ilegalidad, ingresando a otros espacios reconocidos socialmente como conservadores o legítimos —galerías de arte, centros culturales y museos—, trascendiendo incluso los soportes físicos urbanos propiamente dichos, ingresando a circuitos mercantiles y medios de comunicación como la internet. Por lo cual el espacio donde se manifiesta el *graffiti* aquí analizado no es fijo ni estático, no tiene límites establecidos, ya que se encuentra en construcción constante.

Esta condición es consecuente a su vez con la naturaleza flexible y móvil del *graffiti* analizado y con el contexto urbano en el cual se manifiesta, ofreciendo soportes, también móviles, que obligan al grafitero a desplazarse por las calles de su ciudad, acentuando nuevamente la constante fluidez en la actividad. La idea de flujo (Turner, 1980) y movimiento continuo nos lleva a pensar la actividad del *graffiti* como *performance* (Schechner, 2000): un conjunto de acciones humanas de tipo provisional que existen solo en sus constantes interacciones, iteraciones (Buttler, 2002) y reiteraciones.

Durante el trabajo de campo pude identificar diferentes tipos de intervenciones y manifestaciones del *graffiti* relacionadas a distintos tipos de espacios. La más conocida (o si se quiere la más naturalmente relacionada al *graffiti*) es la de tipo ilegal, llamada *bombing*⁹ por los autores. Esta conserva el carácter originario del *graffiti*: trasgresor y supuestamente anónimo.

⁹ Término tomado de la jerga *hip hop* surgida en Nueva York, que viene del verbo *to bomb* referente a «bombardear» la ciudad con *graffitis*.



Figura 4. Entes y Pésimo, integrantes de DMJC, durante intervención ilegal (*bombing*) en la Vía Expresa, Miraflores (foto de Mercedes Figueroa, junio de 2005).

Luego se encuentran las intervenciones de tipo legal que, a su vez, presentan varias modalidades: pueden darse en la calle, en fachadas públicas o privadas con permiso del dueño o responsable del lugar; como parte de eventos culturales, incluso promovidos por municipalidades (conciertos, semanas culturales); como parte de eventos comerciales (desfiles y venta de ropa) que implican una remuneración económica y auspicios, siendo presentados los autores como artistas exclusivos de una determinada marca; y, finalmente, en espacios más convencionales como galerías de arte, centros culturales y museos.

Pero también hay un espacio que podemos denominar virtual, conformado de un lado por los medios de comunicación que han contribuido a la difusión de la actividad y a su crecimiento dándole algún tipo de publicidad, presentándola como innovadora, incluso como arte, y aportando a la vez al debate sobre su naturaleza trasgresora y anónima.

Los medios de comunicación han jugado un papel importante como difusores de la actividad, presentándola indistintamente dependiendo del contexto donde se manifieste: como arte o producto comercial, por un lado, y como trasgresión e incluso acto vandálico, por otro. Constituyendo, al mismo tiempo, un espacio más donde el *graffiti* interviene y se exhibe.



Figura 5. Pésimo, integrante de DMJC, durante preparación de interiores de la tienda Headworx en Plaza Sur, Chorrillos (foto de Mercedes Figueroa, diciembre de 2005).

La internet, por su parte, constituye un medio que reproduce la fluidez del *graffiti*, ya que se encuentra en constante construcción y reconstrucción debido a la interacción entre la información y sus usuarios, entre los productos y sus consumidores. Ofrece diversas maneras de apreciar el *graffiti*, con grandes cantidades de información a través de la creación de *websites* dedicadas al tema (como www.artcrimes.com, uno de los portales más conocidos), que relatan la historia del *graffiti* y su desarrollo en distintos países del mundo. Incluso pueden encontrarse artículos y estudios, de la mano de intelectuales o especialistas considerados como opinión autorizada o legitimada socialmente.

Asimismo, la internet es un medio de naturaleza performativa por las características del ciberespacio como espacio navegable, el cual también es intervenido por el *graffiti*. Los grafiteros recorren (o navegan en) este espacio, haciendo uso de esta capacidad

performativa como una plataforma para mostrar el hacer del *graffiti*. Este *mostrar hacer* (Schechner, 2002) permite, por un lado, rescatar nuevamente a la actividad como acción, evitando su reducción al análisis semántico y, por otro, siguiendo la perspectiva de la *performance*, pone en escena a la actividad misma y a sus distintas manifestaciones, a sus autores y a sus productos, haciéndola accesible a todo tipo de público. Algunas de las páginas de uso más recurrente por estos jóvenes son Flickr o Fotolog, incluso el hi5 o Facebook; además de crear ellos mismo *blogs* personales, donde muestran los principales proyectos y logros de su trayectoria junto a una breve biografía.



Figuras 6 y 7. Reportaje gráfico sobre las intervenciones realizadas en la Vía Expresa por el Colectivo El Codo. Suplemento dominical del diario *La República*. Lima, 19 de diciembre de 2004.

CONCLUSIONES GENERALES

Las distintas manifestaciones del *graffiti* y su ingreso a espacios más formales plantearon el debate sobre su naturaleza trasgresora, marginal y anónima, características que ya no pueden considerarse como constitutivas debido a que sus autores han logrado dialogar con el discurso y orden oficiales que pretenden establecerse en la ciudad. Sin embargo, en dicho diálogo, la actividad del *graffiti* aún conserva parte de sus orígenes trasgresores, siendo todavía la calle su espacio por excelencia, el lugar donde los grafiteros desarrollaron su estilo y donde surgen sus ideas, donde disputan el uso de un espacio para ser reconocidos no solo como jóvenes sino como artistas, buscando a su vez el reconocimiento del *graffiti* como arte.

Finalmente, la práctica del *graffiti* se presenta como una manera de entender la ciudad, de cómo vivimos en ella (dialogando con su orden) y cómo la transitamos (atravesando espacios diferentes); así como de entender las prácticas juveniles, identificando a los autores del *graffiti* y a todos los procesos detrás de su elaboración, incluyendo decisiones personales y formas de pensar de estos jóvenes en su búsqueda de reconocimiento tanto de su condición de tales como de su condición de artistas. Por último, cabe resaltar nuevamente que este trabajo presentó al *graffiti* de un modo diferente al de otros autores; es decir, no solo como contenido sino como una tecnología y estrategia de apropiación, como una acción que implica movimiento y estilo, destacando la especificidad de la actividad en la ciudad de Lima.

BIBLIOGRAFÍA

- Arroyo, Eduardo (2000). «Escenas urbanas en Lima: Jóvenes y espacios de diversión nocturna». Tesis para optar el grado académico de magíster en Sociología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Cánepa, Gisela & María Eugenia Ulfe, eds. (2006). *Mirando la esfera pública desde la cultura en el Perú*. Lima: Concytec.
- Cooper, Martha & Henry Chalfant (1984). *Subway Art*. Londres: Thames & Hudson.
- Correa, Norma (2007). «Asháninka *online*: ¿nuevas tecnologías, nuevas identidades, nuevos liderazgos? Una aproximación antropológica a la relación de la comunidad indígena Asháninka Marankiari Bajo con las tecnologías de la información y la comunicación». Tesis para optar la licenciatura en Antropología de la PUCP. Lima.
- García Canclini, Néstor (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Panfichi, Aldo & Valcárcel, Marcel, eds. (1999). *Juventud: sociedad y cultura*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Schechner, Richard (2000). *Performance: teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Libros del Rojas, Universidad de Buenos Aires.
- Schechner, Richard (2002). *Performance studies: an introduction*. Nueva York: Routledge.
- Silva, Armando (1992). *Imaginario urbano, Bogotá y São Paulo: Cultura y comunicación urbana en América Latina*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Toner, Anki (1998). *Hip hop*. Madrid: Celeste.
- Figuroa, Fernando (1999). *La calle como espacio extraoficial de comunicación y expresión estética: Del adoquín al aerosol*. http://www.nodo50.org/railesverdes21/ver_noticia.php?id=303 (consulta: octubre de 2008).

- Méndez, Jorge & Sergio Garrido (2002). El otro arte de escribir. Texto que surge a partir de una revisión y reedición del trabajo original, realizado conjuntamente para el curso de Historia de la imagen gráfica, incluido en el Ciclo de Ilustración en la Escuela de Arte de Valladolid en 2002. <http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/01intro.html> (consulta: diciembre de 2005).
- Morales Mejía, Juan Carlos (1997). «Poesía en las calles: la cultura del graffiti en Ecuador». Ponencia presentada en Quito durante Las Jornadas Andinas de Literatura Latinoamericana, Jalla 97, por la Universidad Central del Ecuador, Facultad de Comunicación Social. <http://ecuadorgraffiti.homestead.com/graffiti07.html> (consulta: octubre de 2004).
- Silva, Armando (2005). *La ciudad como comunicación*. <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf23/silvatelles.pdf> (consulta: mayo de 2005).