

## **Dinámicas de acción y tensión en la intervención del espacio público a través del grafiti en la ciudad de Ibagué**

Graffiti in Ibague: action and tension in the intervention of public space

**Ángela María Lopera M<sup>1</sup>**  
**Patricia Coba Gutiérrez<sup>2</sup>**

**Resumen.** Este artículo es el resultado de la investigación aprobada por el Programa de Fortalecimiento de la Investigación en Ciencias Sociales de la Universidad de Ibagué (Profin). El Proyecto surgió ante la necesidad de caracterizar las nuevas formas de agrupación juvenil que se producen a través de la práctica del grafiti y mostrar las dinámicas de acción y tensión que se generan entre los ciudadanos y los representantes del espacio público de la ciudad de Ibagué.

**Palabras clave:** grafiti, expresión simbólica, cultura, prácticas culturales, arte urbano, espacio público, espacio urbano, estilos de vida, juventud, identidad.

**Abstract.** This article is the result of research approved by the Programme for Strengthening Research in Social Sciences at the University of Ibagué (Profin). The project arose from the need to characterize the new forms of youth group produced through the practice of graffiti and to show the dynamics of action and tension generated between citizens and representatives of public space in the city of Ibagué.

**Keywords:** cultural practices, culture, graffiti, identity, lifestyles, public space, symbolic expression, urban art, urban space, youth.

---

<sup>1</sup> Comunicadora social con énfasis en Producción en Televisión de la Pontificia Universidad Javeriana; profesional en Estudios Literarios de la Pontificia Universidad Javeriana; Magister en Estética de la Universidad Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Miembro del grupo de investigación Rastro Urbano. Directora del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Ibagué. Correo electrónico: angela.lopera@unibague.edu.co.

<sup>2</sup> Licenciada en Español e Inglés de la Universidad del Tolima y especialista en Enseñanza de la Literatura de la Universidad del Quindío. Miembro del grupo de investigación Rastro Urbano. Docente de tiempo completo de la Universidad de Ibagué. Correo electrónico: patricia.coba@unibague.edu.co.

## 1. Introducción

Con el crecimiento y expansión de la ciudad, aparecieron nuevas configuraciones comunicacionales, muchas de ellas elaboradas por jóvenes. Así, desde 1998, las paredes de la ciudad de Ibagué comenzaron a llenarse de firmas, letras infladas llenas de colores, dibujos y formas que no las percibió la comunidad como una manifestación de inconformidad por parte de los jóvenes en contra de la política social del momento, en la medida en que no recurrían al texto para enfatizar lo que se quería decir, ni se hacían críticas de “tipo social”; es decir, no era el tradicional grafiti de los años sesenta y setenta, que todavía se puede apreciar en la Universidad del Tolima, sino algo distinto.

Sin embargo, a pesar de que el grafiti se ha venido desarrollando y estableciendo como una de las tantas formas de expresión callejeras visibles y creativas de finales del siglo XX, que ha sido objeto de investigaciones en diferentes ciudades del mundo, también ha generado con sus manifestaciones una serie de controversias y tensiones sociales, entre la ciudadanía, el espacio público y los jóvenes, elementos que no se habían estudiado en este municipio.

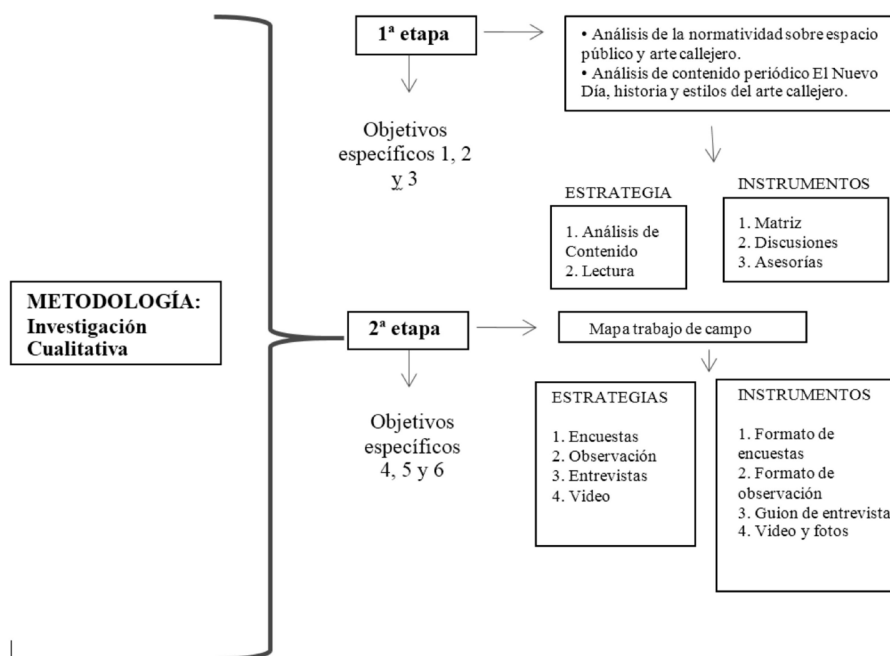
Esta situación hizo que, en junio de 2013, se diera inicio a una propuesta de investigación que empezó a partir de tres supuestos básicos: el primero de ellos es que la práctica del grafiti determina o permite la creación de organizaciones juveniles que intervienen el espacio público; el segundo tiene que ver con la ciudad y como, por ser cambiante y dinámica, supera la normatividad estatal en relación con espacio público y arte callejero; finalmente, el tercer supuesto se relaciona con la falta de análisis con que los medios de comunicación abordan este fenómeno. A partir de los supuestos, se determinó el objetivo general del proyecto, que consistió en: analizar las dinámicas de intervención del espacio público del arte callejero, desde los procesos de conformación de colectivos juveniles y los cambios en la política urbana, en la ciudad de Ibagué. Del objetivo general se desprendieron los siguientes objetivos específicos, aunque en este artículo sólo se abordará lo relacionado con los jóvenes grafiteros.

1. Analizar los cambios conceptuales en relación con el uso del espacio público en los últimos 15 años en Colombia y en Ibagué, a través de la normatividad emitida, con el fin de determinar las posturas oficiales en torno al grafiti y los cambios en la política urbana.
2. Interpretar las concepciones que sobre los grafitis aparecen en los registros de prensa local mediante la técnica de análisis de contenido.
3. Identificar los procesos sociales de conformación y acción de los colectivos juveniles en relación con la intervención del espacio público y su concepción de arte callejero, a través de entrevistas semiestructuradas.

## 2. Metodología

Esta metodología se desarrolló a partir del enfoque cualitativo de investigación social, en la medida en que permite abordar las realidades subjetivas e intersubjetivas como objetos legítimos de conocimiento científico (Galeano M., 2008). El proceso contempló dos etapas: la primera, orientada a la revisión de la normatividad sobre espacio público y arte callejero y al análisis de contenido de las noticias publicadas sobre el tema en el periódico “El Nuevo Día”. En la segunda etapa del proceso investigativo, se recurrió al diseño de triangulación, con el propósito de obtener datos complementarios acerca del problema de investigación. El trabajo de campo, correspondió a la aplicación de 325 encuestas a estudiantes de la Universidad de Ibagué y de la Universidad del Tolima, 228 encuestas a la comunidad, entrevistas a 10 grafiteros, y análisis de las zonas donde aparecen los grafitis.

Gráfica 1. Esquema metodológico.



### 2.1 Primera etapa

En esta etapa, se realizó un análisis de la normatividad sobre espacio público y arte callejero, lo que implicó la revisión de los Decretos y Leyes formulados desde 1998 hasta el 2013, para establecer cambios o modificaciones en sus conceptos. De igual manera, se revisaron los Planes de Desarrollo desde 1998, durante el período de Alcaldía de Carmen Inés Cruz, hasta la fecha, en el de Luis H. Rodríguez.

Luego, se procedió a realizar un análisis de contenido de 12 noticias, publicadas en el periódico *El Nuevo Día*, desde agosto de 2011, mes en el que matan a Diego Felipe Becerra en Bogotá, hasta octubre de 2013, momento en el que el cantante Justin Bieber elabora grafitis, en la calle 26, en Bogotá. Esta etapa del proyecto exigió el desarrollo de las siguientes técnicas: Matriz de información documental (tipo de normatividad, nominación, presidente, fecha, encabezados, capítulos sobre el tema, artículos sobre el tema, definición de grafiti, prohibiciones, tipos de sanciones, persona que administra el espacio público en los municipios); y Ficha de análisis de contenido (datos de identificación básicos, Indicadores relacionados con el tema y encuadre noticioso: definición de arte callejero, caracterización de los jóvenes, zonas permitidas para la realización de grafitis, zonas excluidas, sanciones).

## **2.2 Segunda etapa**

Esta etapa correspondió al trabajo de campo, en el que se encuestaron 365 estudiantes y 228 personas de la comunidad, y se entrevistaron 10 grafiteros de la ciudad; también se hicieron visitas, observaciones de las zonas seleccionadas y se tomaron fotografías de los grafitis que había en cada una de ellas. Los instrumentos de recolección de datos empleados fueron la encuesta, la entrevista y el diario de campo.

Para la encuesta se tomó como población objeto de estudio a los estudiantes de la Universidad del Tolima y de la Universidad de Ibagué, que tienen en común ser jóvenes estudiantes, pertenecer a un nivel socioeconómico similar a los grafiteros; además, por ser sus docentes, en las diferentes carreras, había un fácil acceso a la población en sí. El muestreo de selección experta, denominado también muestreo de juicio, es una técnica utilizada por expertos para seleccionar el grupo a investigar. En este caso, se seleccionaron 365 estudiantes en esta modalidad y se aplicó una encuesta.

Para el estudio de la comunidad que vive, trabaja o transita por los sectores de la ciudad que se seleccionaron para realizar el análisis de los grafitis, se diseñó una encuesta. Como no se conoce el tamaño de la muestra (personas que habitan, trabajan o transitan constantemente por el sector), se calculó el número de encuestas a partir de: tamaño de la muestra de población infinita. De acuerdo a esto, se aplicaron 38 encuestas en cada sector, para un total de 228 encuestas. La estructura de ambas encuestas fue: conocimiento sobre los grafitis, percepción sobre el grafiti, fomento institucional y regulación del grafiti.

La entrevista semiestructurada tenía una guía, que contemplaba los siguientes aspectos: preguntas generales para conocer datos básicos del entrevistado; preguntas para conocer datos sobre su práctica con el grafiti; preguntas para conocer datos sobre reglamentación; preguntas sobre percepción ciudadana; preguntas sobre las formas de agrupación. Lo mismo se hizo para las entrevista a los funcionarios públicos.

Para los diarios de campo, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: descripción de la zona, tipologías, estilos y técnicas de los grafitis y observaciones generales.

### 3. Marco conceptual

#### 3.1 Lo público, lo privado, lo urbano

Con el crecimiento de la vida urbana, el desarrollo de los medios masivos de comunicación y los efectos de la modernización, la transformación del proceso a través del cual los sujetos se vinculan a un grupo se complejiza y la construcción del sentido de pertenencia se dificulta, ya que las personas, a través de sus múltiples interacciones cotidianas, van seleccionando los repertorios culturales que responden a sus intereses y aspiraciones personales, así como a las exigencias sociales, de tal manera que la identidad colectiva se convierte en una construcción subjetiva y cambiante.

Según las cifras suministradas por el DANE para la ciudad de Ibagué, el sector juvenil representaba un porcentaje elevado de la población desempleada, que correspondía a 111.356 personas, equivalente al 22.5% del total de la población en el 2005. En ese panorama, aparecieron los grafiteros, cuya vida artística y de grupo se desarrolla en la calle y allí se puede apreciar la variedad de sus experiencias, a partir de la apropiación y el uso del espacio urbano. El hecho de que el encuentro para pintar se diera en la calle implicaba tener una definición sobre el espacio público.

Si bien en su concepción inicial el espacio público tiene un carácter jurídico, en la medida en que un espacio se somete a una normatividad específica por parte de la administración pública, también tiene una dimensión cultural, porque es un lugar de contacto con otros, de identificación y, ¿por qué no?, también de expresión.

De acuerdo con el planteamiento de Jordi Borda (1998), el espacio público se caracteriza por su multifuncionalidad, uso colectivo y, sobre todo, por su capacidad de generar procesos de identidad colectiva: “La calidad del espacio público se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mixturante de grupos y comportamientos y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración culturales” (Borda, 1998, p. 3).

Al contrastar el Acuerdo 028 del 31 de diciembre 2003, por el que se adoptó la normativa general del espacio público del municipio de Ibagué, en el que se definió el espacio público como: “el conjunto de inmuebles públicos y los elementos arquitectónicos y naturales de los inmuebles privados, destinados por su naturaleza y por su uso o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas y rurales colectivas que trasciendan, por tanto, los límites de los intereses de los habitantes” (Concejo Municipal, 2003), en el mismo artículo aclara que los bienes de uso público son “aquellos inmuebles de dominio público y uso de todos los habitantes del territorio nacional, destinados al uso o disfrute colectivo, como las calles, parques, plazas, plazoletas, puentes, caminos, playas, zonas de protección, etc., que son inalienables, inembargables e imprescriptibles”. Esta normatividad se refiere a muchos elementos, tales como el sistema orográfico, sistema vial, plazas, parques y zonas verdes. Esta concepción del espacio público, bastante instrumental, muestra que las prácticas de grafiti hechas en una pared, un garaje de un

barrio, la bomba de Texaco, por ejemplo, *no corresponden al espacio público, sino al privado* o, en el mejor de los casos, al espacio urbano.

¿Qué es, entonces, el espacio urbano? Para llegar al concepto de espacio urbano, primero se planteó una definición de ciudad, donde se la identifica como una organización de elementos en un espacio, por parte de una colectividad social y que ella determina, es decir, por sus relaciones sociales: “la ciudad, más que imagen de la organización social, es parte integrante de esa organización social y, por tanto, se rige por las leyes mismas de la formación social a la que pertenece”, (Castells, 1991, p. 131).

Al seguir a Castells, lo urbano se manifiesta a partir de la organización de la ciudad (urbanización) y el modo de vida (urbanismo). En relación con esto y en el caso específico de Ibagué, se encuentra que la urbanización ha producido el desplazamiento de sectores de la población a barrios periféricos, que no se integran a la ciudad, como el Sur, con las Comunas 11, 12 y 13. Allí se localiza el colectivo más grande de *hip hop*, donde hay una escuela de grafiti: La Eskina del barrio.

Por otra parte, el espacio público de la ciudad cada vez es más pobre (se ha privatizado o está en deterioro). No hay espacios para el goce y el disfrute del ciudadano; proliferan los “no lugares”, noción teórica creada por el antropólogo francés Marc Augé para denominar los espacios que se caracterizan por la transitoriedad y la imposibilidad de comunicación real. De este modo, “El espacio del *no-lugar* no crea ni identidad singular, ni relación, sino soledad y similitud” (Augé, 1993, p. 130). Entonces, la calle se convierte en pasarela para ver vitrinas, pasan carros, transeúntes, es un lugar de flujo, de movimiento, las vallas cambian, los escaparates, los letreros todo parece estar en actividad continua, pero donde también los seres humanos se convierten en “nadie”. Finalmente, el espacio público muestra ideas y prácticas no sólo diferentes, sino desiguales, de ciudadanía, a través de la forma como la gente se relaciona y lucha con las oportunidades de orden económico.

### **3.2 Grafitis, jóvenes e identidad**

La vida cotidiana de los jóvenes grafiteros se desarrolla en la calle y allí se puede apreciar la variedad de sus experiencias, a partir de la apropiación y uso del espacio urbano, lo que significa que, a través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio y dejan en él su “huella”, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente (Vidal Moranta, 2005). De acuerdo con (Pol, 2002), la apropiación parte de un modelo dual: la acción-transformación y la identificación simbólica: la primera entronca con la territorialidad y el espacio personal, en la línea apuntada por Altman (1975). La identificación simbólica se vincula con procesos afectivos, cognitivos e interactivos.

Mediante la acción, en este caso pintar o elaborar el grafiti, los jóvenes incorporan el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada. La acción transformación es fundamental en estadios vitales tempranos, como la juventud,

mientras que, en la vejez, prepondera la identificación simbólica. Otro tanto ocurre en función del tipo de espacio, ya que, en el privado, se posibilita más la transformación, mientras que, en el público, suele ser más habitual la identificación (Pol, 2002).

Cuando un anónimo deja su huella, su *tag*, hace un dibujo, escribe una letra o cualquier otro símbolo, que observan los transeúntes, “privatiza” la vía, la calle, la pared, y pasa de la invisibilidad al protagonismo que le brinda la vía pública; de alguna manera, se “apropia” del espacio físico. Desafortunadamente, en este contexto, la palabra apropiación tiene una carga negativa, asociada a la adquisición de algo de manera indebida, ilegal, sin razón de ser.

Al seguir estos planteamientos teóricos, no es ilógico suponer que el espacio apropiado pase a considerarse como un factor importante en la estabilidad de la identidad y la cohesión de grupo. Así, el entorno “apropiado” desarrolla un papel importante en los desarrollos de procesos cognitivos (conocimiento, categorización, orientación, etc.), afectivos (selección del lugar, autoestima, etc.), de identidad y relacionales (implicación y corresponsabilización); es decir, el entorno explica dimensiones del comportamiento más allá de lo meramente funcional.

En el caso de los grafiteros, o de cualquier grupo, para construir una identidad se necesita comparar la percepción de sí mismo con la percepción de los otros; es decir, se necesita de los “otros”: “La identidad es un proyecto simbólico, que el individuo va construyendo en íntima relación con los grupos sociales dentro de los cuales se desenvuelve. Los materiales simbólicos con los cuales se construye ese proyecto son adquiridos en la interacción con otros” (Larraín, 2005, p. 91).

Ahí, diversos grupos sociales buscan y construyen nuevas prácticas culturales, que les permitan agruparse e identificarse; sobre ello, Bonfil (1993) dice:

Hay constantes modificaciones... en las prácticas culturales cotidianas... pero hay un tipo de cambio que es menos frecuente,... (éste) se expresa en la constitución de grupos sociales nuevos cuyos miembros se identifican entre sí por el empleo de un conjunto de rasgos culturales a los cuales dan un sentido propio, distinto del que pudieran tener en el contexto social en el que están inmersos. En este proceso se genera una nueva identidad cultural, vinculada a una subcultura emergente o bien a una cultura diferente que se adapta a una situación social distinta a la del grupo original. De alguna manera éstos son procesos de génesis cultural, de los que surgen nuevas estructuras significantes capaces de producir sentidos propios para quienes las comparten” (p. 54).

Dado que la comunidad grafitera de Ibagué no es homogénea, es decir, sus integrantes pertenecen a diferentes clases sociales, ni comparte las mismas características, se utilizaron las categorías de Gilberto Gimenez (2004), a partir de ciertos elementos, como:

— Pertenencia Social: pertenencia a una pluralidad de colectivos (categorías, grupos, redes y grandes colectividades). Esta situación no debilita la identidad personal, sino, al contrario, la define y la constituye; es decir, entre más amplias sean las relaciones o interacciones que tenga el individuo con otros grupos o personas, se va a fortalecer más su identidad.

— Atributos identificadores: la presencia de un conjunto de atributos sirve para establecer distinciones entre los grupos de personas, como disposiciones, hábitos, tendencias, palabras, actitudes o capacidades, a lo que se añade lo relativo a la imagen del propio cuerpo, (Lipianski, p. 55).

Estas dos categorías refuerzan la idea de que la identidad de las personas se conforma tanto de elementos adquiridos socialmente, dentro de diferentes grupos, como de elementos individuales, que fortalecen las diferencias o las similitudes.

### 3.3 El significado de ser joven

El término juventud, como noción teórica, se carga de múltiples significaciones y sentidos. Cuando se intenta precisar su definición, se nota que no existe una juventud en general, sino muchas formas de ser joven en la ciudad de Ibagué; es decir, que se encuentra desde jóvenes universitarios o institucionalizados, a los que determinan las instituciones educativas, sus empleos, o la religión; otros se acomodan a la sociedad en la que viven y a la lógica del consumo, frente a otros jóvenes que se inventan otras formas de ser y habitar las ciudades, como los *skaters*, *hip hoperos*, rastas, cómicos, payasos, malabaristas, grafiteros, vendedores ambulantes, limpiavidrios, entre muchas otras que se quedan en el tintero.

En Colombia, en la década de los noventa, se inició una reflexión en torno a la problemática de la juventud, que dio como resultado la aparición, por escrito, de los derechos de las y los jóvenes en la Constitución Política de Colombia de 1991, a través de Ley de Juventud, Ley 375 de 1997, en la que se reconoce como joven a la persona entre los 14 y los 26 años, concepto operativo que permite viabilizar cualquier proyecto de juventud, pero que minimiza la complejidad del término. Con esta Ley, se crearon las bases legales para la conformación del Sistema Nacional de Juventud, entendido como el conjunto de instituciones, organizaciones, entidades y personas que realizan trabajo con y en pro de los jóvenes, cuyo propósito es generar una articulación en la definición y desarrollo de la Política Nacional de la Juventud.

La definición de juventud, en términos de edad, es una de las posturas que más se emplea en el ámbito político. Casi todos los programas y medidas que apuntan a la “integración” de los jóvenes a la sociedad prefieren este punto de vista. Una de las dificultades que se presenta con esta enunciación, es el rango de edad, que es muy amplio; por otra parte, la sicología subdivide esas edades en “adolescencia”, post-adolescencia y “adultez joven”, lo que entorpece e impide que las acciones de las políticas públicas lograsen proyectar un beneficio para todos, porque al ofrecer



al mismo tiempo programas en educación, el empleo y el bienestar, los jóvenes no pueden beneficiarse ni optar por todas las ofertas, (Bendit, 2004).

Ya en lo que concierne al Municipio de Ibagué, cabe destacar que, durante la administración de Carmen Inés Cruz, se formuló un primer avance para la elaboración de la primera política de juventud, en la que participaron jóvenes de diferentes Comunas y Corregimientos, con el fin de construir colectivamente esta política, en el año 2000. Ya para el 2006, se elaboró el documento preliminar para la formulación de la Política Pública de juventudes, ejercicio realizado por la Universidad de Ibagué. En el 2007, en el documento Política Pública de Juventud para el Municipio de Ibagué, elaborado por la Universidad del Tolima, se define la política pública de la siguiente forma:

Una política pública designa la existencia de un conjunto conformado por uno o varios objetivos colectivos considerados necesarios o deseables y por medios o acciones que son tratados, por lo menos parcialmente, por una institución u organización gubernamental con la finalidad de orientar el comportamiento de los actores individuales y colectivos para modificar una situación percibida como insatisfactoria o problemática (Roth Deubel, 2003, p. 49).

Esta mirada implica que, a través de una política pública, se posibilite visibilizar asuntos que deben incluirse en una agenda pública, con el objetivo de transformarlos, aunque muchas veces no se resolvieran.

En ese mismo documento, se concluye que los “jóvenes” no pueden entenderse como una abstracción, ni definirse de la misma manera, porque existen múltiples maneras de ser joven en Bogotá, Colombia y el mundo. La juventud, entonces, es un concepto en construcción, que responde a procesos históricos, sociales, culturales, étnicos, a procesos de elección sexual, entre muchos otros.

La juventud es un concepto en construcción que responde a procesos históricos, sociales y culturales relacionales y situacionales, que se van formando a través de lo individual y lo colectivo. En este sentido, Reguillo (2000) plantea:

Los jóvenes no pueden ser ‘etiquetables’ simplistamente como un todo homogéneo, se trata de una heterogeneidad de actores que se constituyen en el curso de su propia acción y de prácticas que se agrupan y desagrupan en microdisidencias comunitarias: la ecología, la libertad sexual, la paz, los derechos humanos. Otros jóvenes transitan en el anonimato, el pragmatismo individualista, el hedonismo mercantil, el gozo del consumo (p. 15).

En Ibagué, y en general en Colombia, las diferencias entre las juventudes son abismales, ya que no todos la viven igual, no tienen los mismos referentes y mucho

menos las mismas oportunidades. Mientras en un lugar se encuentran grupos de jóvenes incluidos, por otra parte pueden verse grupos de jóvenes excluidos, que viven en dos distintas sociedades, definidas por Castillo Berhier (2000) como una sociedad integrada y, por otra parte, una sociedad marginada:

Dentro de la primera estarían los jóvenes con acceso a universidades (y en general a todo tipo de centros de enseñanza), actividades recreativas, viajes, ropa “de moda”, “clubes”, centros comerciales, etc. En el interior de la sociedad (sociedad marginada) se encontrarían los jóvenes que padecen de la falta de espacios y se ven sumergidos en el desempleo o el subempleo, la deserción escolar y la pobreza (p. 52).

En este sentido, algunos de los jóvenes grafiteros de la ciudad de Ibagué tienen acceso a universidades, colegios o Institutos de Enseñanza técnica y tecnológica, trabajan, etc., lo que indicaría que están en la categoría de jóvenes incluidos, a diferencia de los jóvenes de otras ciudades del país.

Finalmente, para efectos de este trabajo, es necesario *reconocer al joven como sujeto portador de una cultura*, pero también con capacidad de incidir en ella, incluso de transformarla; allí, los *estudios culturales* referidos a la juventud ofrecen diferentes tratamientos, entre los que se destacan: la participación y organización juvenil, los consumos culturales y los énfasis en las culturas y subjetividades juveniles.

### **3.4 Pertenencia social: *crews***

Los jóvenes de la ciudad de Ibagué pertenecen a tres *crews*: La Eskina del Barrio, BMS y JSC, lo que implica, también, compartir el complejo simbólico-cultural que funciona como elemento característico de un grupo que, en el caso de los artistas del grafiti, es: el lenguaje, la calle, la técnica, el uso del *spray*, el *crew*, el anonimato. No obstante, estos colectivos difieren en su concepción frente al grafiti y su práctica: aparte están los independientes y los barristas. Por consiguiente, se requiere un diálogo conjunto y procesos de inclusión para que se dejase de lado la idea del vandalismo, ya que los grafitis de la ciudad van en aumento, tanto legales como ilegales.

La palabra *crew* se origina en el inglés medieval y en el francés antiguo y define al colectivo, explica el tipo de congregación en la escena juvenil; el *crew*, en su acepción más general, habla de un grupo integrado por personas que trabajan generalmente bajo la dirección de un líder. En Nueva York, en la década de 1960, este término lo utilizaron los mismos escritores de *graffiti* para denominar a sus grupos, (Cruz, 2008).

El *crew* se caracteriza porque lo conforma un grupo de amigos que salen a la calle a pintar: los de mayor experiencia les enseñan a los más jóvenes o con menos “pintadas”, de manera que se genera un sentido de pertenencia y camaradería; pertenecer al *crew* tiene un valor simbólico que, además de ser una forma de integración, le confiere al joven la sensación de ser único e irrepetible, de tener la posibilidad de ser alguien en

los muros de la ciudad. Por otra parte, él y su *crew* generan lazos de solidaridad, lazos afectivos y modos de ser y estar en el mundo.

### 3.4.1 La Eskina del Barrio

“En callejones de conflicto sin salida, presionados por un medio adverso, emergemos como una manifestación cultural, artística y social que abre caminos positivos en la vida”.



Con este enunciado, la agrupación juvenil “La Eskina del Barrio” se presenta en su página en Facebook; esta organización juvenil, que tiene como líder a Mauricio Rodríguez, ha generado varias propuestas culturales a través de la Alcaldía y ha solicitado de manera formal que se incluyan áreas del espacio público en el POT, para la práctica del grafiti. Ellos esperan

que el grafiti sea reconocido como un proceso social y de transformación de la ciudad y no visto como un problema de vandalismo. La idea es articular a la empresa privada y al Estado en propuestas destinadas a embellecer la ciudad, dice Rodríguez. Así mismo, que los jóvenes no sean perseguidos por la Fuerza Pública y que sean una estructura organizada, es decir, “que no pinten por pintar, sino que soliciten los permisos necesarios para dicho fin” (Nuevo Día, 2014).

Esta agrupación surgió en el año 2007, en los barrios del sur de la ciudad, para mostrar que no es verdad que esas zonas fueran sólo territorio de violencia, sino también de arte y expresión; cuenta con sede propia y ha participado en eventos realizados por la Alcaldía Municipal. Una de estas actividades fue pintar todas las alcantarillas, para lograr que las personas tuvieran sentido de pertenencia y no botaran la basura a la calle (Corredor, 2014).



**Foto.** Juan Da quadra.

### 3.4.2 JSC



Foto. Andrés Camilo Vargas.

El grupo denominado JSC apareció aproximadamente en el año de 1997, al presentar una forma distinta de ser joven en Ibagué; se caracteriza por su expresión artística; inicialmente, incursionó con una escuela, a la que pertenecían muchos jóvenes con deseos de hacer arte. El fuerte era el *Breakers*, *Mc's* y *Graffiti*; a medida que se hicieron conocer, fue aumentando su número de integrantes y la diferencia entre ellos; se generaron conflictos y, como asegura el entrevistado y reconocido Guido Zmog, “rayes entre ellos”, por lo tanto muchos se retiraron de la agrupación, pero asegura Guido Zmog: “Inicialmente nosotros nos unimos para crear fuerza, para unir ideales y representar lo que somos”, (Zmog, 2014).

La sigla JSC, que son las iniciales del grupo, significa *Jah's Soldiers Crew*, que en español equivale a soldados del dios Jah. Dentro de sus integrantes sobresalen: Waor, uno de los fundadores, que todavía pertenece al grupo y, en la actualidad, el *crew* se encuentra conformado por: Nat, Jazz, Er, Huesudos, Obelisco, Spat y Spoke de Bogotá y, en la ciudad de Ibagué, sus grafiteros son Doe, Clock y Scrap, quienes están dentro de un rango de edad que va desde los 17 hasta 28 años, hasta el momento.

### 3.4.3 BMS

Camilo Pineda, integrante de la crew BMS, dice que esa sigla significa: *Bitches, Money And Sex Gang*:

Lo decidimos así básicamente porque queríamos un concepto muy calle, que era lo que estábamos manejando, o sea, o buscando en ese tiempo como grupo, ya que veníamos saliendo todas las noches a hacer *tags*, firmas, y nos reuníamos con la idea de bajar por toda la ciudad y hacer la mayor cantidad de piezas, o lo que pudiéramos, para dar a conocer al grupo; entonces, fue la calle lo que resumimos de cuando caminábamos parchando como grupo (Pineda, 2014).



**Foto.** Andrés Camilo Vargas.

Actualmente solo lo conforman cinco integrantes, pero, en un comienzo eran tres personas, reconocidas como: Tox, Yess, GSKA; los últimos son Serz y Dapno, que tienen entre 19 y 22 años y buscan dejar reconocido su nombre, lo que se piensa o, como lo afirma Pineda, “la idea es buscar una armonía para que se vea estéticamente lo que queremos ver”.

#### **3.4.4 El *tag***

El *tag* o sobrenombre es fundamental en la cultura juvenil grafitera, pues define la alteridad en relación con la auto-percepción. A nivel grupal, el proceso de diferenciación-identificación cobra otra dinámica, ya que las dimensiones son variadas, de acuerdo con los referentes; en un primer plano, está la condición etaria y, en un segundo plano, la condición juvenil.

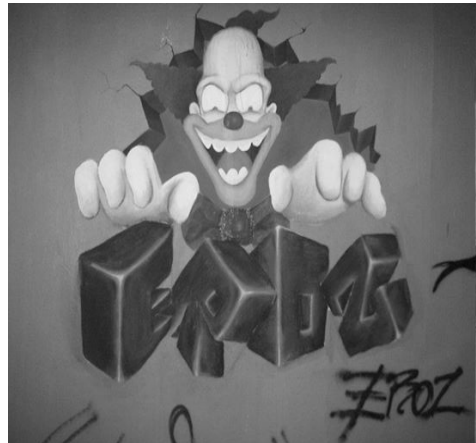
El *tag* es el elemento más significativo, porque permite el inicio de la vida del grafitero, con el que él o ella deciden quiénes van a ser. En otras palabras, es como un renacer, un autobautizo, un acto de autonomía (Giddens, 1991); también es la forma a través de la cual se dan a conocer en una ciudad.

Aunque un *tag* comprende mucho más que una simple firma: es una manera de expresar un propio estilo mediante un apodo o alias, pues, en muchas partes del mundo, el arte callejero es ilegal y en muchos casos no se alcanza a concretar un grafiti en su totalidad, allí entra a ser útil el *tag*, una forma rápida y poco peligrosa de expresar un propio estilo en el momento de “grafitear”; así se identifica un “grafitero” en Ibagué.

De los doce entrevistados en la ciudad de Ibagué, estos fueron los *tags* encontrados: DAPNO, GSK, DEOK, EROS, SCRAP, SHOK, YEES, ZERS, ZMOG, ZOKE.



“El motivo por el cual escogí ese seudónimo es porque lo quería comparar con mi nombre, Darío; entonces, le di como un significado a mi nombre, para verlo por la ciudad” (DAPNO, 2014).



Eros Castaño Olaya firma como “EROS”; asegura tener una técnica “bombi”.



“Y el seudónimo fue porque me pareció algo como diferente, SIGLA” (Alejandra, 2014).

Como *tag* escogí GSK, pues la búsqueda se da después de varios años como de buscar varios nombres y de jugar con las letras y, en verdad, encontrar algo que lo identifique a uno, que lo haga sentir cómodo pintando; o sea, la comodidad en cuanto a las letras (Camilo, 2014).

### 3.4.5 Atributos identificadores

El grafiti es una forma de identidad juvenil, mediada por códigos y límites de adscripción; en él se construyen formas de interpretar el entorno, a partir de las diferentes interacciones sociales producidas por las y los jóvenes que realizan la actividad; hacer grafiti es una actividad no determinada por el tiempo, ya que con el paso de los años se va adoptando y se la han apropiado otros jóvenes, distintos a quienes le dieron origen.

Por otra parte, a pesar de que en ambos lugares hay la tendencia general a verlos como delincuentes o vándalos, no es lo mismo ser joven grafitero en Ibagué que en Bogotá, no sólo por las condiciones climáticas, sino por las condiciones culturales y sociales en las que vive cada uno de ellos.

En los grafiteros entrevistados en este trabajo, se logró identificar una jerga particular, un vocabulario propio. Hay muchas palabras que son comunes con el mundo del *hip hop* debido a que los grafitis y/o novias o amigas, a menudo, suelen relacionarse con ese mundo. La gran mayoría de estos vocablos provienen de las culturas norteamericanas, aunque hay bastantes términos que se han españolizado. A continuación, algunos vocablos reconocidos:

**Tabla 1.** Términos utilizados por los grafiteros, encontrados en la investigación.

TÉRMINO	SIGNIFICADO
Bomb	Pintar o marcar con tinta, Cubrir un área con un tag, throwups, etc.
Bombing	Salir a pintar, bombardear.
Bubble letters	Son un tipo de letras consideradas viejas por su estilo en forma de burbuja y con sombra; se las puede hacer muy rápido.
Character (carácter)	Son caricaturas tomadas de comics, libros o Tv o de la cultura popular, para añadir humor o énfasis a la pieza. En algunas piezas el carácter toma el lugar de una letra en la palabra.
Crazy	En el diccionario quiere decir “loco”, pero también puede significar algo realmente grande.
Cutting Tips	Es una forma de cortar las <i>caps</i> para modificarlas.

Cutting Lines	Es una técnica de pintura usada en el relleno de las piezas y caracteres, para obtener líneas delgadas, más delgadas de lo normal.
Crew	Un grupo integrado por personas que trabajan generalmente bajo la dirección de un líder.
Dope	Originalmente un término de <i>rap/hip hop</i> , que quiere decir <i>cool</i> .
Down	Cuando estás con alguien en algo, ya sea pintando, bailando, escribiendo con tu crew.
Drips	Es un efecto de goteado o chorreado que se les da a los <i>tags</i> . Este efecto muchas veces es una marca de identificación, aunque si es intencional por parte del <i>writer</i> es aceptable. Este estilo se originó en el metro subterráneo de Nueva York.
Hip-Hop	La cultura de finales de los 70 e inicios de los 80, que originó la cultura del grafiti como se la conoce, el <i>break</i> y la música <i>hip hop</i> .
Hit	Rayar cualquier superficie con pintura o tinta.
Scrub	Son <i>throw ups</i> de dos colores, que se rellenan rápidamente y no importa si el relleno es sólido.
Tag	Firma.
3D	Es un estilo tridimensional, muchas veces se le aplica al <i>wild</i> para hacerlo más complejo; lo inventó Phase2.
Throw up	Son letras en las que se utiliza uno o dos colores máximo, y rápidas de hacer.
Top to bottom	Es una pieza que se extiende desde el piso hasta el techo de un vagón y lo cubre todo. El primer <i>top to bottom</i> lo hizo, en 1975, Hondo. <i>Dead Leg</i> hizo el primer <i>top to bottom</i> con una nube.
Toy	Es un <i>writer</i> sin experiencia o incompetente, que utiliza tapas baratas o con un estilo demasiado malo. Una vieja definición de “toys” es: “ <i>Trouble on your system</i> ” = Problema en tu sistema.
Tag	Nombre de un <i>writer</i> .
Writer	Escritor de grafiti.
Pintada	Acción de pintar un espacio urbano.

Fuente: Andrés Camilo Vargas

En relación con su vestimenta, se encontró que se visten como cualquier otro joven. Los graffiteros de Ibagué no van todos con ropa ancha, cachuchas, puesto que son estudiantes de las diversas universidades de la ciudad y sus vestimentas son normales. Zmog, Scrap y Yees, en cambio, utilizan la vestimenta característica de la cultura *Hip Hop*; es decir, pantalones y camisetas anchas, gorras planas y tenis anchos, no deportivos.



#### 4. Resultados de investigación de las entrevistas

Luego de haber realizado las entrevistas, se procedió a analizar la información a través del AtlasTi. Las categorías de análisis encontradas se presentan en la siguiente Tabla:

CATEGORÍAS	ANÁLISIS
Edad	Los rangos de edad van de los 16 a 20 años; solo dos tienen 32.
Vivienda	Se distribuyen en diferentes barrios de la ciudad: Kennedy, Ricaurte, Jordán, Villa Café, El Salado, Santa Bárbara, La Granja, Darío Echandía, Ciudadela Simón Bolívar.
Profesión	La mayoría son estudiantes de: diseño gráfico, arquitectura, bachillerato, licenciatura en inglés. Los que trabajan: pintan camisetas, gorros, auxiliar de distribución en Bavaria, de hacer murales.
Práctica de grafiti	Siete empezaron a finales del 2007; otros llevan 5 años, 4, 3 años, seis meses.
Inicio del grafiti en Ibagué	No hay una fecha que sea común a todos los entrevistados, pero la que más se nombra comprende del 2000 al 2008. Todos están de acuerdo en que uno de los pioneros es ZMOG, el más antiguo de los grafiteros de la ciudad, con 32 años. Luego siguen SHOCK, SIKA y WAORY.
Función del grafiti	Los jóvenes grafiteros ven en el grafiti una forma de darle color a la ciudad, una manera de recuperar espacios abandonados, de embellecer la ciudad, una forma de darse a conocer, de mostrar su trabajo, de darle la oportunidad a otros jóvenes para que no caigan en vicios.
Número de grafiteros	Los jóvenes no tienen una cifra exacta sobre el número de grafiteros de la ciudad. Sin embargo, al hacer un listado y calcular, dicen que pueden ser 20 o 25. Esta cifra cambia cuando los clasifican entre activos e inactivos: si son activos, cuentan de 8 a 12, 10-15; el resto serían inactivos.
Mujeres grafiteras	En Ibagué hay una mujer grafitera que firma SIGLA, a la que poco conocen sus compañeros. Una de las razones por las cuales no practican es porque no le cogen amor a lo que hacen o están ahí porque el novio es grafitero. Destacan la presencia de una mujer grafitera en Bogotá, que firma SURYK, que es muy buena; se le ve trabajo y mucha constancia, con la que se la ha reconocido a nivel nacional. A nivel mundial, hay una alemana que representa mucho el grafiti.

Práctica	De acuerdo con las respuestas, el hacer grafiti corresponde a una práctica social, donde los jóvenes se reúnen en una <i>crew</i> , o con otros grafiteros, y salen a pintar para aprender de los que tienen mayor experiencia, para cuidarse entre todos y pasarla rico. También manifiestan que, al depender del tamaño de lo que vayan a pintar, se decide salir en grupo o solo. Si se quiere pintar en espacios muy escondidos, que no se encuentren fácil, es mejor ir solo.
Percepción familiar	Si bien cuando comenzaron sus actividades como grafiteros sus familias los vieron con desconfianza, en la actualidad los apoyan. En el caso de las personas de mayor edad, como abuelitos, veían con desconfianza esa práctica porque si se quedaban en lo ilegal podrían tener líos con la policía, y porque la ropa se dañaba con los aerosoles y pinturas; sin embargo, modificaron esa percepción al reconocer que esa práctica los alejaba de los vicios y les proporcionaba ingresos económicos. Algunos padres patrocinan económicamente las “pintadas” o los viajes a eventos.

**Fuente:** Esta investigación.

De acuerdo con la Tabla anterior, se pudo establecer que los grafiteros de Ibagué están en un rango de edad entre los 16 a 20 años. Sólo dos de ellos tienen 32, y uno es profesor universitario, que ya no hace grafiti, a diferencia del otro, quien se mantiene activo y es una figura emblemática de los grafiteros de la ciudad.

Contrario a lo que se encuentra en otros estudios sobre jóvenes grafiteros, los “escritores” o *writers*, como ellos mismos se denominan, viven en barrios de clase media de la ciudad, tales como: Jordán, Villa Café, El Salado, Santa Bárbara, La Granja; no viven en sectores marginados, ni están “desempleados”, ni desocupados.

Los que viven en el barrio Kennedy, Ricaurte, ubicados al sur de la ciudad y pertenecientes a la Comuna 12, barrios antiguos, en este momento se han visto beneficiados por programas de la Alcaldía. La agrupación la Eskina del barrio realiza trabajos de educación ciudadana con la Alcaldía y dirige una escuela de *Hip Hop*.

La mayoría son estudiantes de diferentes carreras: diseño gráfico, arquitectura, bachillerato, licenciatura en inglés. Los que trabajan: pintan camisetas, gorros, uno es auxiliar de distribución en Bavaria, otros hacen murales y les pagan por ello, lo que los hace pertenecientes a la categoría de jóvenes incluidos; en otras palabras, tienen una ocupación, realizan actividades diarias. Como son tan jóvenes cronológicamente, siete de ellos llevan haciendo grafiti desde el 2007, mientras que otros sólo llevan seis meses.

Para estos jóvenes, la función del grafiti es la de darle color a la ciudad y desarrollar el sentido de pertenencia a ella, por eso la marcan con su nombre “Ibagué”. También creen importante embellecer y recuperar espacios abandonados; además, es una forma de darse a conocer, de mostrar su trabajo, de darles la oportunidad a otros jóvenes para que no caigan en vicios. En este sentido, también se marca la diferencia de estos jóvenes, quienes tienen más sentido estético que político. Este último aspecto los hace tener diferencias con otros colectivos, porque algunos grafiteros consideran que la misión es protestar contra el establecimiento y le adjudican un valor político. Sobre esto, hay varias posturas: para algunos, los *tags* sólo son formas de rayar la pared y no grafitis, porque no tienen un sentido estético que los fundamente.

Ellos mismos se clasifican en activos e inactivos; es decir, algunos jóvenes se reúnen con el *crew*, pero no salen a pintar las calles porque están aprendiendo; otros, porque su actividad laboral ya nos les deja tiempo, entonces tampoco pintan. Ellos consideran que, en verdad, son sólo diez los que pintan en la ciudad y, por supuesto, ellos están dentro de esos diez. La participación femenina en la elaboración de grafitis es mínima; solo hay una niña, muy joven, de dieciséis años, que ha dejado su huella en las paredes de Ibagué. Este elemento puede ser objeto de investigaciones futuras, porque es muy significativo que las mujeres no participen de esta actividad.

Si bien las familias de los grafiteros al comienzo de sus actividades sintieron desconfianza, en la actualidad los apoyan, con la compra de los elementos para pintar, dan dinero para que viajen a eventos, porque han visto que las personas del barrio los admiran como artistas y les encargan trabajos.

Es decir, los grafiteros han tenido mayor apoyo de la ciudadanía que de la Alcaldía o Gobernación, y más problemas con la policía, que con los dueños de los locales o paredes de la ciudad, lo que se debe, en gran medida, a que no hay una reglamentación sobre el uso del espacio público y a la percepción negativa que el desconocimiento sobre el grafiti genera.

Los jóvenes grafiteros construyen estilos de vida que se encuentran en proceso de autonomía. La transformación urbana que ellos han realizado a través del grafiti en la ciudad de Ibagué se puede leer desde dos sentidos: se construye lo público desde la perspectiva del grafitero, que maneja una técnica y entiende lo público como lo que es de todos, y/o se forma al habitante de la ciudad en cultura ciudadana desde el grafiti con el apoyo de la Alcaldía Municipal, para dejar de percibirlos como una amenaza.

Se recomienda la creación de un espacio que funcione como centro de aprendizaje, donde los jóvenes puedan practicar técnicas, conocer tipos de grafitis, compartir sus conocimientos con otros.

## Referencias bibliográficas y de entrevistas

- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territoriality and crowding*. Monterey (Ca.): Brooks/Cole.
- Augé, M. (1993). *No lugares y espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Borda, J. (1998). *Ciudadanía y Espacio Público*. Barcelona: Centro de Cultura contemporánea de Barcelona.
- Galeano M., M. E. (2008). *Diseño de proyectos en la Investigación Cualitativa*. Bogotá: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Larraín, J. (2005). *¿América Latina Moderna?: globalización e identidad*. Santiago: LOM.
- Nuevo Día. (2014). Jóvenes piden incluir áreas para el graffiti en el POT. *Nuevo Día*, (marz. 1).
- Pineda, C. (2014). (J. C. Vargas, Entrevistador, feb. 14).
- Pol, E. C. (2002). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 281-297.
- Porcel López, S. (2010). *La producción social del Espacio Urbano. Tensiones y ajustes en la (re)ordenación urbana de los Tres Turons de Barcelona*, (marz.) Recuperado (22/12/2014), de Academia: [www.academia.edu/1944298/La\\_producci3n\\_social\\_del\\_espacio\\_urbano\\_Tensiones\\_y\\_ajustes\\_en\\_la\\_re\\_ordenaci3n\\_urbana\\_de\\_los\\_Tres\\_Turons\\_de\\_Barcelona](http://www.academia.edu/1944298/La_producci3n_social_del_espacio_urbano_Tensiones_y_ajustes_en_la_re_ordenaci3n_urbana_de_los_Tres_Turons_de_Barcelona)
- Vidal Moranta, T. &. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*. vol. 36, nº 3, 281-297.
- Zmog, G. (2014). Entrevistas agrafiteros. (A. C. Vargas, Entrevistador, may. 28).