Revista de Dialectología y Tradiciones Populares,
2007, enero-junio, vol. LXII, n.º 1,
págs. 111-144, ISSN: 0034-7981

Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio

FERNANDO FIGUEROA-SAAVEDRA
Investigador independiente

RESUMEN

Los distintos barrios de una ciudad presentan un conjunto de caracterizaciones positivas o negativas, en las que toma parte y se ve influida la actividad cultural marginal. En concreto, el graffiti, la gráfica urbana o las intervenciones de calle producidas por *escritores* de graffiti, artistas urbanos o activistas culturales, sociales y políticos contribuyen a la construcción y definición de la imagen pública de tal o cual área urbana, subrayando o alterando la imagen tradicional de dichos espacios. En este estudio, observaremos dos casos, los barrios de Vallecas y Malasaña, en Madrid durante la transición del siglo XX al XXI.

Palabras clave: Graffiti, Arte urbano, Barrio, Vallecas, Malasaña, Madrid, Subcultura, Participación ciudadana, Política social.

SUMMARY

The different neighborhoods of a city present each a complex of negative and positive traits that both influence and become influenced by marginal cultural activity. Specifically, graffiti, urban writing and drawing or the activity in public places of graffiti writers, street artists or cultural activists, social and political, contribute to constructing and defining the public image of any city area, underscoring or changing the traditional representation of these social spaces. The author discusses two cases in Madrid at the turn of the 20th century: those of the neighborhoods of Vallecas and Malasaña.

Key words: Graffiti, Street art, Neighborhood, Vallecas, Malasaña, Madrid, Subculture, Civic participation, Social policy.

EL ESPACIO URBANO

Las ciudades modernas se articulan como un mosaico de subentidades urbanas que responden a distintos orígenes y funciones y que se imbrican

y yuxtaponen entre sí formando un entramado orgánico. En ocasiones, estas subentidades pueden percibirse de diversas formas dependiendo de la mirada de cada espectador o del contexto desde las que se contemplan. De este modo, nuestra mirada selecciona, prima, secundariza, omite o sobredimensiona determinados aspectos presentes en dichos espacios, a la hora de caracterizarlos y, por tanto, dotarles de una identidad o personalidad concreta. En este hecho juega un importante papel el uso de lo estético en el marco del espacio público, de la calle, como elemento distintivo a la hora de caracterizar cualitativamente determinados espacios. No es extraño en un momento histórico donde lo visual y la imagen adquieren una notable importancia cultural y son fundamentales en la configuración de un frente visual o presentación pública de lo que es o se pretende que sea un territorio.

Por otra parte, este campo estético se va a presentar como un exponente físico y simbólico del choque entre distintas perspectivas o enfoques de cómo se entiende que ha de configurarse físicamente el ámbito público y la forma de vida en una porción o en la totalidad de una ciudad. De este modo, se confrontan desde la fricción más discordante hasta la manera más armoniosa distintos gustos y concreciones formales. Una confluencia de acciones, procedentes de las directrices de la administración pública, la iniciativa privada, la propuesta vecinal o la contribución de particulares residentes o transeúntes, etc., de la que surge una realidad variopinta, que nunca se ajusta plenamente a ninguno de los gustos representados en cada proyecto o planificación de cualquiera de estos agentes. Verdaderamente este potaje urbanístico constituye un reflejo de una pluralidad de visiones y de una diversidad de grados de capacidad en la participación para la construcción social, formulada físicamente como ciudad o barrio. Un conglomerado que tanto va a servir para consensuar líneas comunes para el feliz desarrollo común, como para generar nuevos motivos de conflicto.

En todo caso, esta concurrencia de propuestas, más o menos programadas, va a ir transformando, matizando, reafirmando, la imagen de una ciudad y todo el conjunto de asociaciones o valoraciones culturales vinculadas con ella. Igual sucede con cada subentidad urbana, viéndose desde metamorfosis maravillosas a decrepitudes endémicas.

Este comportamiento social va a ser expuesto a través de dos ejemplos madrileños, que servirán de pretexto para observar la recurrencia de determinados hábitos culturales en el mundo urbano actual. Estos espacios serán Vallecas y Malasaña, representantes de lo que podemos considerar la periferia y el centro de una misma ciudad. Lugares que, en cada situación, presentan unas peculiaridades históricas, identificatorias, referenciales y retóricas que les hacen mostrar una personalidad bastante definida y una distinción especial frente al resto de barrios.

Pero antes de esto, es conveniente que hagamos referencia a algunos de esos elementos estéticos que libremente concurren en la escena urbana y en los que centraremos el estudio de la configuración de la identidad barrial.

Graffiti, gráfica e intervención

A finales del siglo XX, en su último cuarto de siglo, se asiste a una nueva etapa del desarrollo de todo lo referente a la estética urbana, marcada por la aplicación y presencia de las nuevas tecnologías y la aparición de nuevos agentes sociales: como puede ser el *escritor* de graffiti (*writer*), el artista de calle o el activista contracultural. Igualmente, se han mantenido y amplificado los grandes proyectos de reforma o ampliación urbanística que se han ido sucediendo en las grandes ciudades europeas desde finales del siglo XIX, imprimiéndolas de modernidad desde criterios racionalistas que apelan a objetivos tales como la higiene, la seguridad doméstica y ciudadana, el control de la población, la ordenación de áreas, la optimización de tiempos o el crecimiento sostenible. Junto a todo esto, los desajustes y reajustes ocasionados por los periódicos flujos de población y el crecimiento desordenado y atropellado o el desbordamiento del habitante frente a la comprensión territorial y funcional de su ciudad, más la redefinición de los modos de interrelación entre los ciudadanos y la vorágine mediática han tenido en cuenta la aparición de nuevas identidades urbanas o estrategias comunicativas como fórmula para conjurar la hostilidad ambiental, y paliar así una insatisfactoria vivencia urbana y convivencia ciudadana.

Este desarrollo que se ha dado a nivel institucional, también se ha producido en el ámbito extraoficial de un modo ciertamente inusual, históricamente hablando, pero coherente con el juego de correspondencias y equilibrio entre ambos marcos. La sensibilidad hacia la definición del espacio inmediato, desde los criterios más personales hasta aquellos nacidos del civismo más volcado en el bien común, se muestra a través de distintas iniciativas que, por lo común, se definen como actos de oposición. Actos críticos, correcciones, denuncias o planteamientos alternativos frente a ciertas políticas que parecen olvidarse de las necesidades más inmediatas del ciudadano o de una óptica verdaderamente integral de todo aquello que conlleva la vida en una ciudad. Es más, a veces parecen dirigir el desarrollo de un modelo de ciudad, basado en la configuración del espacio público como lugar de estancia, encuentro e intercambio, cuya unidad de medida sería el peatón y la plaza, hacia otros que lo definen bien, siguiendo los esquemas de la industrialización, como espacio de residencia y producción, donde el patrón de ordenación sería el trabajador y el puesto de trabajo; o

bien, conforme a los procesos de terciarización, como ámbito de tránsito y consumo, donde los elementos claves de ordenación serían el vehículo y las áreas o los centros comerciales. Evidentemente, la variación en la contemplación del ciudadano de productor o como fuerza de trabajo a consumidor o como potencial de consumo es un factor básico en la transformación actual de nuestras ciudades.

Consiguientemente, cuando se contempla el paisaje urbano contemporáneo, nos percatamos de la presencia de ciertos elementos estéticos, originados desde la iniciativa particular, ajenos a los criterios de desarrollo de las instituciones. Estos elementos que escapan del control o la regulación oficial pertenecen a la esfera de lo que se denomina, desde la perspectiva de la oficialidad cultural, la cultura marginal o la subcultura. Podemos destacar entre estos el graffiti (*Hip Hop Graffiti*, Neograffiti, *Stencil Art*), la gráfica de calle (*Sticking*, Cartelismo) y las intervenciones urbanas. Los cuales, en su desarrollo, configuran un testimonio muy interesante de las relaciones entre ciertos sectores de la ciudadanía y el espacio urbano, entendido como espacio de conflicto y lugar de encuentro e intercambio, negación deconstructiva o reconstructiva o aportación constructiva en pos de la definición o redefinición del ámbito y los modos de vida urbanos.

Por otra parte, nos resulta interesante observar cómo estas contribuciones tienen una faceta cívica, aparte de los aspectos personales de tal o cual autor, enfocada a dotar de un determinado aspecto a una concreta subentidad de la ciudad (por ejemplo, un barrio, una barriada, una plaza, una calle, un edificio, un muro). Esto contribuye a su caracterización como una entidad distinguida física y psicológicamente, en cuya percepción pública se asocian toda una serie de conceptos o valores culturales. Esto puede darse a su vez en dos direcciones extremas y opuestas: hacia su configuración como un área estigmatizada, o hacia su configuración como un área prestigiada. Aunque en ocasiones esta percepción puede resultar ciertamente subjetiva, cuando nos encontramos ciertos sectores sociales cuyos criterios no son ni homogéneos ni coincidentes, puesto que mientras unos pueden considerar que cierto aspecto resulta pernicioso para la imagen de un espacio, para otros puede resultar todo lo contrario.

El graffiti y la ciudad

En un estudio realizado en 1998 sobre el graffiti en la Ciudad Universitaria de Madrid (Figueroa-Saavedra 2004) se hizo patente el papel tan relevante que tenía, tanto el carácter cultural de este espacio universitario, como el peso simbólico del graffiti a la hora de caracterizar este espacio como un entorno de reflexión, foro de debate y escaparate de conflicto en lo

cultural, social o político. Más allá de este caso concreto, no cabe duda que esta misma relación se reflejaba en otras porciones del tejido urbano madrileño, atendiendo a sus peculiaridades de uso, poblacionales, trazado urbanístico, de vivienda, etc. Evidentemente, este medio de comunicación tradicionalmente urbano ha estado sujeto a las transformaciones que la sociedad urbana y el espacio de la ciudad han tenido a lo largo de la historia, adaptándose a la presente situación.

Igualmente, se pudo comprobar en dicho estudio la existencia de esa visión oficial que entendía la presencia de este medio de expresión como una anomalía indecorosa a erradicar (Pardo Canalis 1980: 1921-1940), mientras que, por otra parte, este medio como recurso se revestía de cierto respaldo cultural y presentaba peculiaridades formales y de contenido propias, fruto de su ubicación en tan característico espacio urbano. En otro orden, se observaba la influencia que ejercía en su desarrollo el trazado urbano y arquitectónico, en relación con los imperativos marcados en la práctica por sus autores y los mensajes o la formulación de sus producciones. Así pues, se observaba la existencia de ciertos focos de generación de graffiti circunscritos a hitos concretos del paisaje urbano por su utilidad como soporte vistoso, a determinados edificios, áreas o partes de éstos según la actividad que se desarrollase en ellos o su grado de publicidad o intimidad, o peculiares trazados urbanísticos favorables a cierta práctica.

Por consiguiente, es evidente que el desarrollo contemporáneo de la ciudad ha conducido a la excitación de este fenómeno mediático, conforme a una respuesta cultural protagonizada por parte de su población, que ha observado en este medio de comunicación y en otros afines, un modo de reafirmar su identidad, evadirse, criticar o proponer. Todo ello en un momento histórico donde el desarrollo mediático, el frenesí regulador, la multiplicación y proliferación de códigos cerrados, el crecimiento demográfico, la expansión física de las ciudades a lo ancho, alto y bajo, etc. parecen no haber tenido parangón a lo largo de la historia. Del mismo modo, más allá del caso concreto mencionado, en lo que respecta a esa distribución urbana del graffiti, puede determinarse en general un uso diferenciado de los espacios de extrarradio, los barrios periféricos y los barrios del centro de la ciudad, conforme a sus propios cuadros característicos como áreas urbanas.

Sin duda, un barrio tan emblemático como Vallecas, con una potente identidad territorial y un notable dinamismo histórico, o un distrito como Malasaña, con un fuerte carácter ambiental y cariz cultural, comercial y de ocio, atraen, generan o favorecen cierto tipo de manifestaciones culturales, tanto por su estructuración física como por sus características poblacionales y culturales. Por tanto, estas manifestaciones nos sirven para evaluar en tér-

minos cualitativos la vitalidad ciudadana de tal o cual área metropolitana: la pluralidad de sus agentes culturales, sus pretensiones, su carácter crítico, su nivel de pensamiento y formación, el grado de conciencia y participación en la transformación social, etc. También, con la comparación entre las producciones localizadas en ambas escenas podemos establecer su autodefinición como entidades urbanas distinguidas.

No obstante, aquellos particulares o grupos que se sirven del graffiti como medio de expresión o comunicación presentan unas peculiaridades propias que les hacen proclives a emplearlo de un modo puntual, o continuado por dichos valores culturales. Grupos con medios precarios o sin recursos para formalizar por otros más dignos sus mensajes, grupos situados en la marginalidad política o social que estiman su glamour activista y radical, grupos que aprecian su carácter libre e inmediato, grupos que rechazan la deshumanización en las relaciones y el intercambio social.

En la década de 1980, se hizo patente la distinción en España de dos líneas de desarrollo principales en el campo del graffiti: la caracterizada por su uso puntual y aquella que se distinguía por una actividad perseverante. En el primer caso, porque los autores de este tipo de graffiti no tienen esta actividad como central o principal, sino que se trata de un recurso auxiliar, mientas que en el segundo sí y de un modo tal que llegaría a ser clave en su definición personal y en la configuración de sus actividades y prioridades vitales. Entre los primeros encontraríamos activistas políticos, de movimientos sociales, etc. Entre los segundos tendríamos a *escritores* de graffiti, artistas urbanos, etc., que incluso pueden organizarse en grupos o colectivos de trabajo y producir en equipo obras, o configurar campañas colectivas. Entre todos conforman un conjunto de agentes que contribuyen a dotar a la ciudad de un paisaje peculiar, característico de este periodo, a caballo entre el siglo XX y el siglo XXI, de tal modo que no es que se nos presente complicado imaginarnos una ciudad sin graffiti, sino que tal figuración podría parecernos aterradora si atendemos a las raíces y naturaleza cultural del graffiti. Sin duda, la improbable desaparición del graffiti supondría, o bien la constitución de una eficiente represión expresiva o moral, o la anulación de la capacidad crítica, o la libre expresión del ciudadano.

Respecto a la reacción pública frente a este exultante florecimiento del graffiti, encontramos, tanto voces discrepantes como voces defensoras; entre la tolerancia tal cual del fenómeno y el planteamiento de un encauzamiento junto a las fuerzas de renovación institucionales. Voces que parecen en cualquier caso compartir su apoyo en prejuicios y juicios razonables.

En cuanto a las críticas, éstas parecen reincidir en aquellas argumentaciones contrarias a su práctica más tradicionales junto a otras de nuevo cuño y acordes con ciertos conceptos que, pese a su aparente innovación, son

reafirmaciones actualizadas de los anteriores. No olvidemos que la visión negativa o la leyenda negra del graffiti se impulsó con la Ilustración, que observaba todo aquello que atentase contra la higiene ciudadana (física y mental) como una falta de civismo, un atentado contra la civilización. Tal actividad debía de ser suprimida de la conducta humana y su huella eliminada del paisaje cotidiano por el bien común. Más tarde, tras este proteccionismo del patrimonio arquitectónico y urbanístico, la institución del conservacionismo como directriz cultural y la consagración estética de la pared inmaculada procedente del Racionalismo remataron la demonización de esta práctica social, catalogada como enfermiza, demente o subversiva.

Los principales fundamentos en contra han sido, por tanto:

a) La consideración del graffiti como una actividad impropia, estimada como una reminiscencia residual de supuestos hábitos primitivos o animales; en algún caso desde una mirada etnocéntrica, considerando el graffiti algo propio de pueblos culturalmente inferiores. En definitiva, una actividad condenada por imperativo evolutivo a desaparecer de uno u otro modo.

b) Su consideración como un síntoma de desequilibrio o desajuste mental. En este aspecto, se suele aplicar el calificativo de "demente" para catalogar todo aquello que atente contra la norma, determinándolo como síntoma de anormalidad.

c) Su consideración como una manifestación pueril, una cosa de niños o como una anomalía, un residuo infantilista, prueba de la inmadurez o deficiencia de algunas personas. Este prejuicio linda con esa visión con un producto primitivo o acultural o como una actividad propia de fases previas a la correcta y definitiva socialización del individuo.

d) Su inscripción como un acto vandálico o de naturaleza antisocial. Se estima por tanto como obra de seres marginales o asociales. No se atiende en este juicio la posibilidad de que exista una motivación positiva en un acto rebelde, un espíritu cívico detrás de su definición como un revulsivo cultural, una función social del graffiti aunque se enfrente, desde sus limitaciones, con lo correcto.

e) La censurabilidad de sus contenidos o de sus tratamientos. Evidentemente el graffiti se hace eco de ciertos temas y de modos de tratamiento no aceptados por los cánones oficiales de expresión y representación. No obstante, en ocasiones esta censura se aplica de modo superficial, sin adentrarse en el concepto de lo expresado, convirtiéndose así en un mecanismo indiscriminado y desproporcionado de represión.

f) Su estimación como obra de delincuentes o puerta para la delincuencia. En concreto, este planteamiento viene ligado al nacimiento y desarrollo de la cultura del *Hip Hop Graffiti* y la vinculación del *writer* con el mundo marginal del gueto. Sin embargo, no parece ser más determinante esta vinculación que cualquier otra situación adolescente a la hora de tomar la senda delictiva. Es más, incluso existe la visión contraria, que observa la práctica del graffiti como un medio de salida y promoción de los jóvenes de áreas suburbiales.

g) Su presencia se contempla como un generador de inseguridad ciudadana, abandono o desprotección. Indudablemente, la vinculación de la presencia del graffiti con la impresión de encontrarse en un área abandonada o desprotegida, genera esta percepción que asocia graffiti con espacio peligroso. En este punto, tiene gran influencia la asociación mediática o cinematográfica que se sirve del graffiti para ambientar películas o reportajes sobre delincuencia urbana, a menudo como ambientador estético, sin reparar en la coherencia del origen o contenido del graffiti expuesto. Por otra parte, el empleo de ciertas técnicas agresivas como en el caso del *scratching* colaboran a esta vinculación simbólica entre el graffiti y la violencia.

h) Su estimación como perjudicial para el normal o feliz desarrollo de la actividad diaria, fundamentalmente por los trastornos de interferencia al pintar sobre otros medios de comunicación o señalización, la intrusión en espacios de no libre acceso, las acciones de *writers* en trenes en activo, el perjuicio a la propiedad particular, etc.

i) Agresión contra el patrimonio cultural, especialmente el monumental, a lo que se suma una serie de intervenciones sobre obras de arte, especialmente estatuas y murales que, a pesar de ubicarse en espacios públicos, se conciben como obras cerradas.

j) Su catalogación como contaminación visual o atentado contra el medio ambiente urbano. Ésta es una de las justificaciones de las políticas de control del graffiti más absurdas si cabe, pues incurre en diversas aberraciones conceptuales y contradicciones. No obstante, ciertas prácticas también se asocian figuradamente en el mundo del graffiti con el «guarreo», como el *tagging*.

Por otra parte, también se han perfilado, especialmente a lo largo del último tercio del siglo XX, argumentos a favor del graffiti que a pesar de su fundamento en un análisis crítico entran en ocasiones en un juego de simplificaciones, escoradas hacia una vertiente idealizada. Estas son, escuetamente, algunas de esas apelaciones, que son menos próximas a la general apreciación popular y oficial:

a) El graffiti visto como medio terapéutico. Válvula de escape de tensiones personales con uno mismo o frente al entorno inmediato, familiar, educativo, laboral, social, etc.; o como medio que ayuda a mantener el equilibrio emocional o psíquico en situaciones puntuales, como forma de desahogo intelectual, etc. En este sentido, parece un modo distinto de enfocar esa citada visualización del graffiti como patología.
b) Su consideración como revulsivo cultural o social. Una manifestación cultural molesta, pero que se compensa con los posibles beneficios que conlleva de cara a la renovación y mejora del modelo social vigente. De este modo, su función como barómetro del clima social, plataforma de propuestas extraoficiales o planteamientos ideales, manifestación de deseos o críticas, activador del pensamiento y de otras posibilidades, se perfila dentro de las fuerzas constructivas y progresistas del sistema.
c) Un medio de profilaxis o prevención de explosiones sociales o individuales. En cierta medida el ejercicio del graffiti está evitando el de otro tipo de violencias o actividades extremistas para la manifestación o resolución de conflictos o desajustes a cualquier nivel, en una fase inicial o avanzada. Se trata de un cauce expresivo, en el seno de las estrategias de convivencia de la civilización, alternativo a las clásicas acciones de protesta o revolucionarias basadas en la violencia física e interpersonal. Un medio de violencia mínima o simbólica que configura los soportes como mediadores, y que permite a las instancias con poder adelantarse a la solución de un problema antes de un posible estallido social, o a plantearse otro tipo de acciones de mayor daño o difícil reparación.
d) Como contrapunto mediático, permitiendo desde la esfera marginal el desarrollo de un cauce extraoficial de opinión e información, libre de las tendencias oficialistas o monopolistas de los mensajes y enfoques mediáticos. Una plataforma contrainformativa frente al pensamiento único o lo políticamente correcto.
e) El graffiti puede también considerarse como un baluarte democrático. Se trata, por tanto, de una práctica popular asociada a la libre iniciativa y a la intervención directa ciudadana en los foros sociales, estén sus agentes dentro o fuera de tablero del juego institucional, cuestionando o consolidando los límites de las libertades individuales y sociales.
f) El graffiti se perfila también como un medio o una herramienta de autoconocimiento personal a través de la exploración de los límites personales y sociales, clave en fases de construcción de la personalidad o de deriva vital.

g) Desde el desarrollo del graffiti como un medio artístico, éste se ofrece como un medio que enriquece culturalmente el espacio público urbano, contribuyendo y dando pruebas del nivel cultural general de la sociedad en que se manifiesta. Sin duda, forma parte de un patrimonio cultural.

h) Su empleo se muestra alineado dentro de todas aquellas estrategias a través de las cuales los individuos establecen vínculos afectivos o identificativos con el entorno o territorio que habitan. Se trata de una actividad contraria al extrañamiento urbano y propensa al desarrollo de la humanización urbana.

Tengan o no tengan estos dos conjuntos de apreciaciones —negativas y positivas sobre este tipo de productos o sobre la clase de gente que recurre a estas expresiones— fundamentos reales o validez universal, sí nos interesan para determinar por qué su presencia contribuye a caracterizar a ojos públicos, o frente a determinados sectores de población de uno u otro modo tal o cual espacio público.

Por otra parte, el desarrollo gráfico y plástico del graffiti desde los años 70 ha supuesto la revisión de las valoraciones culturales sobre él. Tan es así que hasta se planteó la estimación de sus cualidades estéticas e, incluso, se gestó todo un movimiento artístico o paraartístico, según se mire: el *Writing*, el *Subway Art*, el *Hip Hop Graffiti*. A este respecto parece haberse producido además una apreciación pública diferente entre el fenómeno del graffiti directo frente al ejercicio de un graffiti realizado con una técnica indirecta, como la plantilla. Este tipo de graffiti como el *Stencil Art*, ha sido promovido y divulgado dentro del propio ámbito artístico, dada su focalización en los aspectos más relacionados con lo conceptual, lo artístico, lo semiótico y la impresión de ser una producción en cierto punto "ordenada", que parece aportar un atenuante a su ejercicio.

También se aprecia la aparición de una vertiente poética, en la que el espacio urbano pasa de ser un mero soporte o plataforma comunicativa a ser parte y conformador de la obra gráfica. En gran medida parece dirigirse por los caminos abiertos por el Situacionismo en los años 60 y 70. Es por esta vía por donde el graffiti se integra favorablemente en el conjunto de propuestas englobadas bajo el epígrafe de Intervencionismo urbano o Arte urbano.

Gráfica e intervención urbana

A mediados de los años 90 en España se asistió a un cambio de actitud en el seno del mundo de los *escritores* de graffiti insertos en la cultura del

Hip Hop Graffiti, que derivó en la aparición de nuevas tendencias. Estas tendencias planteaban diferentes caminos en una dirección que bien podía entenderse como una progresión natural, alimentada con la articulación de nuevas estrategias que superasen el clima de control y represión del graffiti hasta entonces, o bien como el inicio de nuevas tendencias que planteaban el embarque en nuevos territorios técnicos y lingüísticos, ajenos a su cultura. Por otro lado, aparecieron con profusión nuevos agentes en el seno del mundo del arte, que retomaban con fuerza, frescura e innovación anteriores planteamientos artísticos de los años 60 y 70, que asumían la calle como escenario y laboratorio de actividad.

De este modo, a finales de los 90 e inicios de la primera década del siglo XXI se produjo una efervescencia creativa en el espacio público, desde la confluencia de agentes de muy distinto perfil u origen, surgiendo etiquetas como Postgraffiti, Neograffiti o Arte Urbano. Las calles fueron escenario entonces de un rebrote de las pegatinas y los carteles, así como del graffiti con plantillas. Por otra parte, se contempló la realización de toda una serie de experiencias que proponían la intervención sobre los distintos objetos que conformaban el paisaje urbano (mobiliario, señalización viaria, rótulos, carteles, etc.), alterando o interfiriéndolos desde una perspectiva lúdica, o planteando en el espectador la reflexión sobre su entidad como individuo o sobre cuestiones sociales, políticas o culturales.

Quizás, estas nuevas estrategias, más próximas en su manera técnica al espíritu de nuestra época, tengan mejor fama que el graffiti. En principio, porque su daño físico es fácilmente reparable por lo general. Por otra parte, parecen revestirse del refrendo de una mayor cuidado intelectual o conceptual, lo que en casos de contenidos críticos políticos, calificables como subversivos, o de la falta de sujeción a lo políticamente correcto en ocasiones se convierte en un argumento más a favor de su represión que de su consideración positiva.

Para que quede más claro a qué nos referimos con cada tipo de actividad, indicaremos una breve definición de cada uno de ellos:

— Cartelismo: Se trata de carteles que no responden a una funcionalidad publicitaria ni a la propaganda política tradicional. Más bien se articulan como un medio difusor de ideas, pensamientos y emociones, en torno a problemáticas humanas o sociales, con un especial cuidado en la forma de representación y expresión gráfica, así como a su disposición en el espacio. Podemos ver entre sus practicantes la presencia del Situacionismo o de la *Culture Jamming*. En algún caso se vincula al fenómeno del graffiti de plantilla, pues algunos de estos carteles, más allá de su modo de estampación, son un modo de

graffiti indirecto con plantilla, realizados primero sobre un papel y luego pegados. En estos casos hay también muestras que subrayan cierta proximidad con el graffiti de iconos y logos o la creación de imaginarios personales.

— *Sticking* o pegatinas: Cuando se trata de una pegatina realizada a mano, podríamos pensar en una modalidad de graffiti indirecto, sobre todo en el caso de las firmas vinculadas a la tradición del *tagging* neoyorquino. No obstante, las pegatinas fotoimpresas en diferentes tamaños y formatos troquelados, deben considerarse un medio autónomo, donde se da cabida a pensamientos personales o planteamientos ideológicos. También se ha vinculado con el desarrollo *grafitero* de los iconos o los logos y *toys*, o el publicitario de pegatinas y *flyers*.

— Intervención urbana: Todas aquellas acciones que juegan con la alteración de los elementos que conforman el paisaje urbano (carteles, señalización, letreros indicativos, rótulos comerciales, mobiliario urbano, etc.), tanto con objetivos meramente estéticos como sustentados en algún tipo de discurso de vertiente ideológica o subversión ética o moral. Por otra parte, también pueden integrarse en esta denominación todas aquellas estrategias de camuflaje que se desarrollan para que tal o cual producción pase desapercibida entre la prodigalidad objetual del paisaje urbano, salvo para los ojos expertos y las mentes despiertas. En este sentido, el intervencionismo urbano no sólo interactúa en la dimensión física de la ciudad, sino, además, en su dimensión humana, actuando sobre el ciudadano como espejo deformante de sus motores vitales o miedos sociales, portavoz de sus conflictos y contradicciones, detonante y detector de su espíritu crítico y contestatario.

Este conjunto de expresiones nos va a abrir a otro conjunto de percepciones públicas ya planteadas vivamente con la aparición del *Hip Hop Graffiti* y que inciden en su valoración estética, incluso a su consideración como obras de arte.

A este respecto, el Cartelismo desde su apreciación como un medio de envergadura que requiere una cualificación técnica para su elaboración, y que se contempla como una estrategia de camuflaje, va a parecer sortear con eficacia su catalogación como obra de primitivos o dementes, su visión como fruto de delincuentes o criminales, o su salvación de la clasificación como contaminante ambiental, al menos cuando su dosificación en el espacio no es sobreelevada o desconcertante. No obstante, sí va a verse afectado, pues en gran medida se adentra por la senda del debate conceptual e ideológico, por su encasillamiento como medio de expresión del activismo social o político, se pase o no por el filtro artístico.

La integración del *Sticking* dentro de lo vandálico o dentro del listado de productos contaminantes va a emparentarlo con el conjunto de apreciaciones del graffiti. Sin embargo, esta "suciedad visual" se suaviza con la impresión de tener una más fácil "limpieza" que el graffiti. En concreto, la impresión contaminante de las pegatinas se debe más a su producción masiva y al imperativo de su alta diseminación, para ejercer un impacto eficaz en la visión del espectador, sobre todo si no está interesado en prestar atención a tan pequeños elementos; más que, como sucede con el graffiti, al servirse de la aplicación directa de sustancias como pintura, tintas o abrasivos. Esta necesidad de hacerse notar ha generado además que, en ocasiones, se interfieran otros medios, preferentemente instituidos, como carteles publicitarios, rótulos comerciales o señales viarias para convertirlos en plataformas que aseguren su contemplación. No obstante, en este medio se juega con el dilema entre su característica como un medio discreto que busca perdurar lo más posible en el tiempo y su necesidad de hacerse ver, de tener un impacto en el posible espectador, superando su humildad formal.

Respecto a las intervenciones urbanas éstas se revisten del halo artístico y original que produce su modernidad. No obstante, ciertas modalidades pueden obtener una apreciación negativa, cuando no es fácilmente reconocible, detrás de su realización, un discurso poético o una intencionalidad artística, considerándolas como vandálicas, aunque no pueda negarse un valor primordialmente lúdico en su acción. Normalmente, esto también depende mucho del observador y del conocimiento de los pormenores de su producción, de si su autor es o no es un *artista* e, incluso, de dónde se encuentra ubicada, o sea, de si está en un entorno urbano de carácter cultural o escaparate de arte.

En sí, todo este frenesí creativo plantea una serie de tensiones o confrontaciones entre distintos implicados: entre los creadores y la autoridad reguladora; con el gusto o gustos oficiales y otros populares; con los ideales o proyectos de ciudad; con los modos reconocidos y generalizados de vida urbana; con otros medios de comunicación; con las competencias de ciertas profesiones, como las artísticas; etc.

VALLECAS, ENTRE MUROS Y SOLARES

Vallecas es un buen ejemplo para acercarnos al estudio en detalle del graffiti, pues dicha manifestación cultural prima en este barrio sobre cualquier otra experiencia gráfica de calle. Mientras que en el caso de Malasaña esta preponderancia, pese a su profusión, está más matizada por la coexistencia notable con otros medios.

Podemos establecer la existencia de cuatro conjuntos básicos de graffiti que abarcan la generalidad de sus producciones y que nos advierten de su entidad física y psicológica de tipo suburbial o urbano, y su sujeción a un proceso de metropolinización, a su evolución de suburbio a barrio digno. Sin duda, en esta caracterización resulta determinante la influencia de su dinámica histórica durante la segunda mitad del siglo xx y, por ello, cabe entenderlo como un reflejo testimonial y vivo, a la vez, de diferentes etapas y frentes.

a) Existe un graffiti, fruto de un ámbito desarraigado, liminal, desasistido. En sí, es un síntoma de cierto desarreglo social, que en buena parte se deriva del extrañamiento del resto del tejido urbano de la capital, tanto a nivel territorial como a nivel humano. En este marco, el graffiti funciona como medio de comunicación y expresión desde la aceptación de la entidad marginal de cierta realidad social. El graffiti se vería como un medio propio.
b) Existe un graffiti, producto de las subculturas urbanas, eminentemente juveniles, en las que tiene un alto peso la reafirmación generacional y, en ocasiones, la identificación con un espacio territorial menor, más próximo psicológicamente, como es la calle, la barriada o el barrio. El graffiti se concibe como un medio de comunicación y autoafirmación desde el desarrollo de una mentalidad y actividad urbana, siendo protagonistas en este contexto las primeras generaciones de hijos de inmigrantes rurales a la capital de Madrid, criados o nacidos en Vallecas.
c) Hay un graffiti, resultado del deseo de cambio y mejora, exponente del conflicto y de la lucha hacia su superación como entidad marginada. De este modo, desde los tiempos de la Transición, el desarrollo de un muralismo y una pintada social y política por parte de parroquias, asociaciones vecinales o sociales y partidos políticos o sindicatos fue una de las notas más peculiares de su paisaje mural y exponente gráfico de su activo papel en la definición de una sociedad democrática y una participación ciudadana viva. En el contexto urbano, solía encarrilarse en la reivindicación hacia la indiferenciación de Vallecas frente al resto de Madrid. En este caso, el graffiti no sólo se toma como un medio de comunicación o autoafirmación, sino que además se contempla como un medio de concienciación, movilización y contrainformación, en pos de esa salida de la marginalidad del vecindario.
d) Graffiti, finalmente, como reafirmación de su identidad peculiar, desde la base de un desarrollo particular de la cultura, localizado en su

territorio. En buena parte, este deseo de distinción es compañero del proceso de aproximación y equiparación con el resto de la ciudad, que revisa críticamente los criterios o las categorías culturales de marginación, pudiendo darles la vuelta y convertirlos en distintivos significantes. En el contexto local, estaría inserto en la tendencia a reafirmar Vallecas como una entidad diferenciada del resto de Madrid, sirviéndose del graffiti de la misma manera que en el caso anterior.

Como podemos ver, el graffiti se muestra como un medio gráfico a través del cual se pueden manifestar las características de una realidad y las pretensiones de unos ideales proyectados hacia el futuro, entre la fantasía más lúdica y la programación ideológica, entre los avatares sociales y políticos y el desarrollo personal. Es más, su entidad como medio de comunicación transgresivo imprime a sus mensajes un color propio y un significado adicional, tanto en su emisión, como en el momento de la recepción. El aspecto de impropiedad, la falta de decoro o corrección, la alusión revolucionaria, la espontaneidad de manifestaciones, el valor como exponente de un conflicto, la llamada sorpresiva de la atención de la mirada, el anonimato o la aparente autoría revolotean en torno al graffiti y le confieren cierto halo caótico y primitivo. Un estigma social o síntoma molesto que, sin embargo, tiene un lugar necesario en nuestra cultura, desde su constitución en un revulsivo cultural con una serie de ventajas sociales que, en este caso vallecano, ha mostrado su utilidad social.

Agentes

Evidentemente, si una clase de graffiti caracteriza a Vallecas es, sin duda, el originado en el contexto de las luchas sociales. No olvidemos la configuración de Vallecas como un barrio eminentemente obrero y con un notable activismo, conocido durante cierto período del Franquismo como la Pequeña Rusia (Castellanos y Colorado 1988: 120). Esto ha hecho que para algunos su territorio representase "una guarida de revolucionarios" o "una reserva democrática", un espacio en guerra, o un espacio en progreso, un espacio de conflicto social, o un espacio en resolución. En todo caso, la definición de Vallecas como barrio obrero, en ocasiones desde la confrontación con otros barrios calificados de ricos, pijos o fachas, quedaba rubricada gráficamente sobre sus muros, siendo su compartido activismo vecinal o político lo que ha justificado en gran medida el prodigado uso del graffiti como medio espontáneo o programado de concienciación y movilización, sobre todo en los episodios más convulsos (el antifranquismo, el

narcotráfico, la delincuencia, el antifascismo, el problema de la vivienda, la anticorrupción, el antiterrorismo, etc.). Así, el graffiti era una actividad que se realizaba usualmente en el barrio como un acto de conciencia y manifestación social sobre problemas locales, compartida con otros enclaves y marcos circunstanciales semejantes. Y, aunque excepcionalmente podía salir fuera de sus límites, con motivo de grandes movilizaciones, actos especiales o tránsitos diversos, dichas pruebas adquirían pleno sentido dentro del barrio o su área circundante. No obstante, la paulatina liberación de la demarcación local en su discurso e irradiación por áreas próximas o el centro de la ciudad, se corresponde con la desendemización de las problemáticas sociales, fundiéndose de modo unitario con la del resto de la ciudad. La progresiva mejora en el tránsito urbano entre distintas partes de Madrid se figuraba como uno de los símbolos más evidentes del proceso de metropolización de las periferias y favorecía el intercambio de mensajes murales y la asunción como propias de situaciones dadas en otras partes de la ciudad.

En otro orden, conviene recordar, como factor positivo para la práctica popular del graffiti, la paulatina aparición desde los años 70 de la pintura en aerosol por sus excelentes prestaciones para la acción gráfica furtiva y clandestina. Incluso su desarrollo tecnológico en los años 90, con la creación de diferentes tipos de boquillas con distintos trazados y la ampliación de las gamas cromáticas, favoreció el enriquecimiento lingüístico y plástico de todo el panorama *grafitero,* principalmente en el campo del *Hip Hop Graffiti*.

Por otra parte, Vallecas también se ha caracterizado como foco productor de cultura. A este respecto la subcultura, el *underground*, la cultura popular ha tenido una destacada presencia de la mano de movimientos estético-musicales como el *rock,* el *punk,* el *hip-hop*, el *reggae* o el *hardcore*, por ejemplo. Unos movimientos o estilos, fundamentalmente juveniles, abiertos a la influencia ambiental del entorno urbano y al marco de las ideologías políticas o los movimientos sociales, y que en buena medida se adhieren a esa nueva mentalidad social que asume lo festivo como un elemento más de la manifestación social y la protesta.

Sin embargo, junto a esto cabe aludir a otro frente que ha caracterizado Vallecas, próximo a lo subcultural, pero que no conviene confundir. Se trata del mundo barriobajero, del lumpen, de la delincuencia. Estas vinculaciones que tienen un fundamento real, son, no obstante, consecuencia en gran medida de su estereotipación como entidad suburbana, afianzada en el aspecto liminal, fronterizo, tanto en un sentido físico, territorial, como en un sentido humano, subcultural o marginal. También son producto de una progresiva leyenda negra que se ha ido articulando y consolidando especialmente desde los años 60 a los 80, potenciada con el fin de desacreditar

la capacidad de movilización y la vitalidad vecinal de este barrio (Castellanos y Colorado 1988: 245-246). En consecuencia, se ha configurado públicamente como un territorio hostil, prohibido, peligroso, salvaje, de fama nacional e, incluso, transnacional y cuyas huellas aún permanecen hoy en la cultural general.

En la interinfluencia entre ambos desarrollos sociopolíticos y socioculturales, en el marco de la subcultura juvenil, nacerán multitud de lemas y un diseño gráfico, cuya buena fortuna no será más que el reflejo del arraigo de un vivo sentimiento de identidad territorial por parte de una gran mayoría de habitantes y de la proyección de un espíritu hedonista, progresista, libertario, crítico, idealista, iconoclasta, etc. Este diseño consistirá en la creación de un monograma que hará la función de distintivo territorial de Vallecas en su relectura como Valle del Kas: Ⱪ. Su representación será profusa y asumida prontamente en la realización de murales sociales o culturales, pintadas políticas o en el diseño de *tags* o firmas, dentro de las coordenadas del *getting-up* neoyorquino o el dejarse ver autóctono (Figueroa-Saavedra 1999: 616-634).

En este sentido, es evidente cómo medios gráficos del tipo graffiti, el *fanzine*, el cartelismo, la serigrafía textil, etc. se utilizarían satisfactoriamente como refuerzo de esta identidad *vallekana*, tanto por su peso como medios de comunicación de mensajes, como por sus cualidades simbólicas como medios, desarrollados en el marco de lo callejero y lo furtivo. Todo ello, al abrigo del desarrollo de subculturas o culturas alternativas y, paralelamente, como instrumento de reafirmación individual y para la construcción de la personalidad de un amplio número de adolescentes.

Este punto resulta importante a la hora de valorar el arraigo de cierto tipo de actividades durante la adolescencia. Sin duda, en una fase de asunción de elementos conductuales conducentes a la construcción de una personalidad adulta, la exploración del espacio físico resulta determinante de cara a la construcción de una autosuficiencia. De este modo, en el seno de las pandillas, algunos jóvenes se abren a la exploración, el conocimiento y la personalización del espacio, mediante la posesión o dominio que permite la práctica de actividades como el graffiti. En consecuencia, se observa en primer lugar cómo la impresión subjetiva de qué porción de territorio se considera el barrio propio, se va ampliando conforme al desarrollo psicoevolutivo del individuo y de su autosuficiencia y movilidad (Fateaux 1975: 58). Así pues, se ve que el término o concepto "barrio" se enuncia desde un postulado egocéntrico, aunque en la comunión de estas identificaciones estaría su apreciación comunitaria que, por lo general, no suele ser unánime ni coincidente con las fronteras administrativas.

El adolescente, bajo el impulso lúdico, se encamina a explorar los lími-

tes (personales, sociales, físicos, mentales, etc.). Durante este cometido, cuyo objeto principal es desarrollar sus capacidades humanas y comprender el mundo que le rodea, superará limitaciones territoriales psicofísicas en su percepción que antes le parecían principales, sustituyéndolas por otras más contundentes o asumiendo las demarcaciones establecidas oficialmente. En este sentido, la crítica, la rebeldía o la osadía se convierten en actitudes fundamentales con vistas a su integración social y a su reconocimiento como persona.

Finalmente, en lo referente a la opinión pública, se observa que por lo general parece establecerse una correspondencia entre aquellos que se mueven entre las posturas de vergüenza por pertenecer a un área urbana de clase inferior, o maldita por una costrosa leyenda negra, y del más exultante orgullo por ser de un barrio hecho a sí mismo, donde se vive y convive; y aquellos que malmiran y condenan un graffiti, síntoma de degradación, y aquellos que admiran y defienden un graffiti, síntoma de regeneración.

Distribución

En lo referente a la distribución espacial del graffiti en el territorio vallecano, hay que tener presente la notable diferencia existente entre el tipo de producciones prodigadas en el centro y en la periferia de las ciudades. De este modo, puede estimarse a las periféricas como más tradicionales, con una lectura más inmediata y un modo de hacer más directo. En el ámbito del *Hip Hop Graffiti*, por ejemplo, es habitual observar un desarrollo acorde con las pautas convencionales de este tipo de graffiti: realización de firmas, *potas*, piezas en muro o cierres y piezas rodantes. Igualmente, dado el imperativo de dejarse ver, se observa su concentración a lo largo de las más importantes vías de comunicación, tanto de tráfico rodado (avenidas, autovías, etc.), como ferroviarias o metropolitanas. También se ven en enclaves de buena visibilidad, como medianeras o tapias en solares, en zonas vinculadas con el mundo juvenil o el ocio como colegios, institutos, canchas deportivas, parques, etc.

Destaca, por tanto, la proliferación y concentración de piezas en las salidas-entradas viarias, donde se despliega todo un rico surtido de producciones que tienen como principal objetivo captar o exhibirse ante la mirada de un espectador en tránsito y, en segundo lugar, caracterizar el barrio como un territorio especial frente al vecino y al forastero. Del mismo modo, se puede considerar la decoración de todos esos espacios relacionados con el mundo juvenil y su actividad diaria como un proceso de personalización, un acto de apropiación simbólica que se percibe como una comunión o

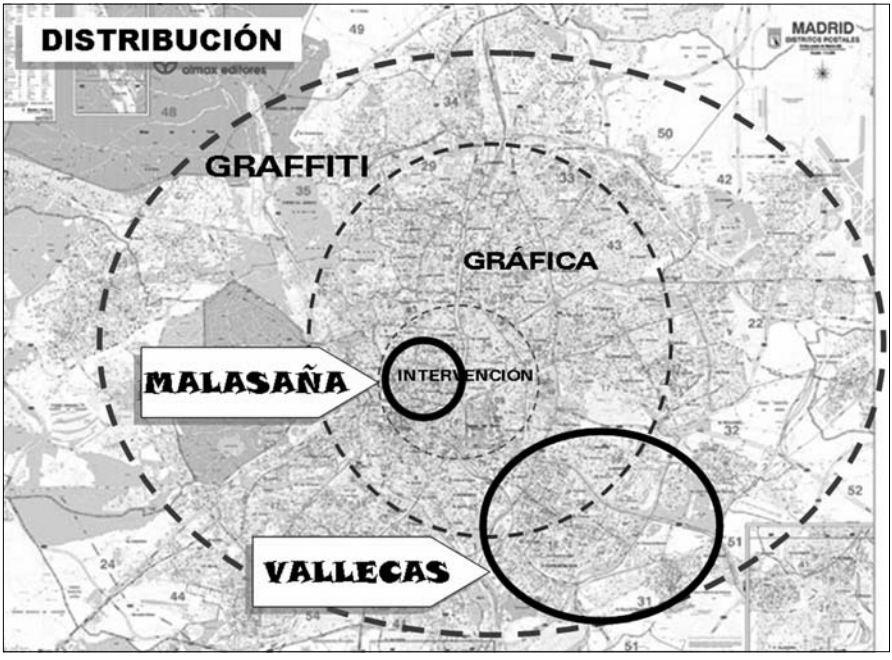

FIG. 1: Este plano ilustra, partiendo del caso madrileño, la tendencia de concentración de la gráfica y las intervenciones hacia el centro urbano, mientras que el graffiti se desarrolla por toda la esfera urbana, siendo sus formas más tradicionales las más evidentes y prodigadas en la periferia. Esto determina en buena parte las características del paisaje gráfico urbano que se observarán en los barrios de Malasaña y Vallecas.

intercambio afectivo entre un habitante y su espacio vital. Esto puede derivar también en una voluntad de caracterización de dicho espacio, proyectando a través de los contenidos o el estilo una serie de cualidades o valores.

Por otra parte, también se generan focos de actividad *grafitera* en otras dos clases de espacios: en los llamados terrenos o pequeños territorios, tomados por un grupo como enclave de actividad particular e intensiva (Terreno de los CZB, Callejón de los SP, Calle de ASN, etc.), donde el grado de implicación emocional entre espacio público y ciudadano es máximo; o en lugares apartados, donde el interés de exhibición pública se relega por el interés de tener un soporte lucido y grande. Normalmente en relación con polígonos o naves industriales y tapias, como las situadas a lo largo de las vías ferroviarias, pero en sus caras no visibles, es donde se realizan ensayos o prácticas. Finalmente, indicar otro tipo de áreas, generadas por la iniciativa pública, que podemos llamar *grafitódromos*, donde se permite explícita o implícitamente el ejercicio del graffiti.

FIG. 2: Esta es la *Calle de ASN*, un callejón situado entre las calles López Grass y Puerto Canfranc, muy activo entre 1995 y 1996. A través de este fotomontaje se puede apreciar la articulación de este espacio marginal y recoleto como territorio particular de una *crew* de *escritores* de graffiti. (Fotos y fotomontaje del autor, julio 1996).

La realización de murales o pintadas sociales o políticas suele sujetarse más a una distribución puntual, bien por prevalecer el uso de unos determinados espacios, digamos neutrales, de cara a una posible molestia vecinal, como por el carácter simbólico de estos espacios, por ser ubicaciones tradicionales en su uso, o bien por reforzar el enunciado, completando en ocasiones su sentido. Así, se configuran algunos puntos tradicionales donde pintar o escribir: el nacimiento de la Avenida de La Albufera; la Avenida de La Albufera, a la altura del Instituto Tirso de Molina; el Recinto Ferial de la Avenida de Buenos Aires; bocas de metro, edificios oficiales, bancos y cajas, colonias en realojo, etc.

En verdad, y así se comprueba con la contemplación de esta clase de producciones en el centro urbano, en los barrios periféricos se muestra preferentemente un tipo de graffiti anclado en una concepción tradicional, fiel a los parámetros de los años 80, cuando fenómenos como el graffiti autóctono y el *Hip Hop Graffiti* afloraron y enraizaron en la cultura local. De este modo, las periferias urbanas rara vez se perfilan como laboratorios creativos o como escaparates principales de innovaciones o experimentos de primera mano.

Políticas sociales

En especial, durante la década de 1990, se fueron diseñando en Vallecas, por asociaciones culturales, juveniles, socioeducativas, etc., distintas iniciativas de carácter social que valoraban el graffiti como medio de captación de adolescentes y jóvenes, y desarrollo de programas sociales.

Por ejemplo, en 1998 se dio el hito más significativo e importante para el graffiti vallecano, gracias a un intercambio internacional hispano-alemán. El proyecto surgió por iniciativa de la *Auslandsgesellschaft* (Asociación de Relaciones con el Extranjero) de Dortmund, dedicada a la realización de intercambios culturales y que estimó interesante planificar un intercambio con el graffiti como elemento puente, dentro del programa "*Jugend für Europa"* (Juventud con Europa), financiado por la Unión Europea. Dirk Schubert, delegado de la Juventud de dicha asociación, promotor de este proyecto, optó por establecer dicho intercambio con alguna asociación de Vallecas. Thorsten Heitkamp, organizador de la parte transnacional del proyecto —o sea, coordinador entre ambas escenas— fue quien contactó con la Asociación Cultural "José María de Llanos". Así pues, se dio la primera oportunidad a una asociación vallecana de participar en dicho programa europeo. El planteamiento de este intercambio se fundaba en lograr un mecanismo de trabajo con jóvenes que a la vez representase un intercambio cultural y artístico a nivel interpersonal y de territorio. En palabras de Dirk Schubert: «se daba ocasión a estos jóvenes de hablar de sus vidas y conocer un poco más el uno del otro, las condiciones, los problemas y los sueños que tienen en su vida» (Tele K 1998).

El resultado de la primera etapa del intercambio, que consistía en la llegada del contingente alemán a Madrid, fueron varios murales conjuntos en espacios permitidos. De este modo, se cubrieron con piezas dos puntos del Puente de Vallecas que contaban con una superficie mural amplia y conveniente para su lucimiento: la calle Baltasar Santos, que se ha consolidado como *grafitódromo* oficial, y el Recinto Ferial de la Avenida de Buenos Aires, que ya venía siendo considerado como tal de un modo más libre. Con esto se hacía evidente que la existencia de gran número de espacios o superficies neutrales, idóneas para el lucimiento de los autores de graffiti, facilita siempre un eficaz diseño de políticas de integración y favorece el desarrollo cualitativo y su exhibición como una práctica cultural enriquecedora para la comunidad.

Podría decirse que, aunque parezca anecdótico, este acontecimiento adquiría un valor simbólico radicado en la difusión de Vallecas como una escena *grafitera* europea y un entorno proclive a la presencia y desarrollo

de proyectos basados en la creatividad juvenil y el elemento estético como conformador de una ciudad humanizada y compartida. Evidentemente, este acontecimiento tuvo un efecto estimulante, aparte de la influencia estilística, para los *escritores* de graffiti, tanto de la Villa de Vallecas como del Puente de Vallecas, de cara a proseguir en esta senda integradora. En Vallecas, pues, como exponente de una realidad periférica, se hacía patente la apertura de miras hacia políticas de integración sobre el graffiti, desde la conciencia de la existencia de una viva polémica acerca de los parabienes o perjuicios de esta expresión gráfica. Asimismo, mostraba la existencia de un barrio abierto siempre a la actualización de su imagen pública, al hilo de las transformaciones socioculturales, desde un enfoque modernizador.

Este aspecto del encauzamiento legalizado o el desarrollo controlado del graffiti nos vuelve a advertir además de ciertas imágenes o ciertos prejuicios públicos asociados al graffiti que aquí se suman a los prejuicios asociados a ciertos barrios periféricos como Vallecas. El aspecto delictivo, la impresión de inseguridad ciudadana, la vinculación con el abandono o degradación de espacios urbanos revolotean en torno al diseño de este tipo de estrategias de control. Indudablemente, en buena parte gracias a la influencia mediática, el graffiti desde su aparición en el seno de los guetos

FIG. 3: Calle Baltasar Santos. Gracias a los actos de intercambio de *escritores* entre Dortmund y Madrid, organizados por la Auslandsgesellschaft y la Asociación Cultural "José María de Llanos" en 1998, se pudo establecer este muro de Vallecas como espacio legal o *grafitódromo*. (Foto del autor, mayo 1998).

neoyorquinos parece vincularse con una serie de actividades antisociales o criminales que hacen que se perciba como un síntoma molesto y denigrante para quienes conviven con él. Es evidente que ciertas manifestaciones artísticas como en sus inicios el jazz o el flamenco, tuvieron igual tratamiento, condenándose al inframundo del suburbio, los antros de razas malditas, los burdeles y las guaridas de la gente de mal vivir. En sí, la cultura *hip-hop* no iba a ser ajena a esta tradición cultural de las sucesivas propuestas culturales surgidas entre los sustratos afroamericanos y latinos en el contexto estadounidense. Por otra parte, la desproporción represora entre la naturaleza del fenómeno y las fuerzas del orden municipales, desde las primeras grandes políticas al uso en Nueva York desde los años 80 y principalmente a causa del ejercicio del graffiti metropolitano, ha llevado a asumir que detrás del graffiti está la sombra del crimen organizado, pues, ¿cómo si no justificar a ojos públicos la magnitud de este desajuste? No obstante, en España y en Europa, por lo general esta apreciación criminal parece algo menor, mitigada en cierto sentido por la diferente estructuración de sus ciudades y tradiciones locales de uso del espacio público.

En definitiva, se puede concluir esta visita al mundo de la representación gráfica marginal en el espacio público, con una serie de características que nos podemos encontrar en el marco periférico de una gran ciudad:

1) La producción es principalmente endógena, por y para la gente del barrio.
2) En su mayoría, los agentes se identifican con el territorio.
3) Hay una pluralidad de agentes, principalmente en áreas limítrofes o grandes vías que se perfilan como espacios abiertos y extralocales.
4) Prima lo convencional o tradicional en cuanto a estrategias comunicativas.
5) Hay una riqueza en espacios idóneos para la práctica del graffiti, lo que favorece la integración armoniosa del graffiti en el paisaje urbano.
6) El ambiente vecinal es favorable a la cultura de calle y, por tanto, en general puede contemplar la integración del graffiti sin disonancias en el panorama cultural local.
7) Se produce una normalización relativa de su práctica, sin injerencias reguladoras oficiales.
8) En el marco periférico hay facilidad para encontrar soluciones de concordia.

MALASAÑA: ENTRE EL ARTE Y LA MEADA

La principal diferencia a tener en cuenta entre Vallecas y Malasaña es que, mientras en Vallecas se puede afirmar que la mayoría de sus producciones de calle son de carácter endógeno, esto es, obra de habitantes de sus barrios, en el caso de Malasaña se podría afirmar todo lo contrario: la intervención de su vecindario es escasa. Por lo común, la práctica de murales o pintadas de iniciativa vecinal se limita principalmente a la decoración de comercios o locales de asociaciones. En parte porque no hay una presencia tan prodigada y libre de espacios amplios para su ejercicio y, además, porque aunque se puede considerar que algunos de sus agentes están radicados en él, hay que matizar que no lo están con carácter permanente o con una progresión familiar, pues por lo normal se trata de estudiantes o profesionales liberales habituados a trasegar periódicamente de un barrio a otro. Así pues, se establece aquí una identificación no con el territorio físico, sino con el ambiente.

FIG. 4: El éxito de las iniciativas llevadas a cabo por comercios y locales de Malasaña ha llevado al desarrollo profesional de artistas de calle y jóvenes artistas convencionales en el campo de la decoración de fachadas. En este caso, vemos a un grupo de chicas decorando la fachada del pub Free Way, en la Corredera Alta de San Pablo. (Foto del autor, noviembre 2006).

Entre los factores que hacen que prevalezca una actividad exógena se podrían considerar:

a) La presencia de puntos de actividad formativa y productiva de arte (escuelas, academias, talleres, galerías, etc.) que promocionan la inquietud, creativa o crítica, de algunos ciudadanos.
b) La presencia de locales de ocio y entretenimiento (cafés, *pubs*, salas de conciertos, etc.) que generan una actividad creativa directa o indirecta, ajena a las programaciones oficiales entre lo lúdico y lo artístico, y que se convierten en lugares centrales de la actividad de ciertos movimientos estético-musicales o subculturas urbanas.
c) La constitución del centro urbano como escaparate cultural donde se focaliza la mirada pública sobre los principales acontecimientos culturales acaecidos en la ciudad. En particular, los centros urbanos se han convertido en zona de operaciones donde *escritores* de graffiti, artistas o activistas, muestran sus obras o mensajes con todo un desarrollo estratégico para lograr captar la mirada indiscriminada del ciudadano de a pie o de determinados grupos sociales. También, se han configurado como laboratorios, campo de pruebas de experimentos artísticos con afán sociológico y un sentido político.
d) La consagración histórica y simbólica de este barrio como núcleo cultural, gracias al proceso de mitificación de la Movida madrileña.
e) La presencia concentrada de población perteneciente a unos determinados segmentos de edad y características socioculturales y económicas, con establecimiento de relaciones comunicativas y expresivas, y la fijación de flujos constantes y periódicos de población transeúnte.
f) El clima político de libertad de pensamiento y expresión, que permite este desarrollo técnico y cualitativo.
g) La facilidad de mantener el anonimato, gracias al trazado urbano, el trasiego de transeúntes, la alta concentración de personas, la actividad nocturna y la envergadura física y demográfica de una ciudad como Madrid.
h) La alta concentración de medios y códigos de comunicación oficiales o regulados en su espacio público, ante los que el graffiti se presenta como reacción pública a esta excitación comunicativa.

Por otra parte, el efecto, el impacto social suscitado por la presencia y los códigos de estos autores ha estimulado el interés de la industria y el mercado, especialmente de ocio y juvenil, así como del mundo de la publicidad. De este modo, como espejo deformante, su contribución a la constitución formal del paisaje urbano se ha acrecentado. Además, se ha con-

formado una especie de simbiosis entre ambos ámbitos, estableciéndose un flujo constante de materiales, técnicas o estrategias entre el mundo comercial y el *underground*.

Aquí retomamos una idea ya esbozada anteriormente y que plantearía la constitución de la subcultura como una cantera, un suministrador de materia prima para la publicidad, el diseño gráfico, el mercado del arte, etc., pudiéndose plantear así de un modo consciente, la necesidad de su existencia desde argumentos socioeconómicos. No obstante, aquí existe un intercambio desigual en cuanto a rentabilidad económica o interés por insertarse de un modo voluntario en esta maquinaria.

Sin embargo, este hecho ha generado una serie de relaciones, entre las que se encuentran aquellas que han procurado compaginar mediante esta inserción en el entramado económico el mundo del graffiti, la actividad comercial y la convivencia vecinal. Por ejemplo, en el contexto local de Malasaña se establecieron contactos entre los autores perseverantes de graffiti y los comerciantes de la zona que, aunque no son originales ni respecto a otros barrios madrileños ni respecto a otras grandes ciudades, resultan muy interesantes por su continuidad y visión de conjunto. Este fenómeno, comúnmente responde a la acentuación en este tipo de prácticas de su vertiente vivificadora frente al aspecto estigmatizador. Cuando prevalece este segundo se procura erradicar mediante la prevención, la persecución y la limpieza, pero cuando prevalece el primer enfoque se plantea la integración de los autores en proyectos de decoración urbana e, indirectamente, se incentiva el desarrollo cualitativo del graffiti libre, mediante esta especie de «premios públicos» y la profesionalización de sus autores, lo que redunda en una mejora de la impresión pública de este tipo de producciones culturales.

Así, más allá de precedentes puntuales en el barrio o anteriores iniciativas parecidas en otros barrios como Lavapiés, en marzo de 2006, algunos comerciantes de Malasaña trataron con *escritores* de graffiti para ofrecerles la decoración de sus cierres y fachadas. En esto incide sin duda la gran progresión y profusión del hábito, desde mediados de la década de 1990, de dejarse ver pintando cierres con *potas* o piezas. En este caso, salvo alguna excepción puntual, todas estas obras fueron acordadas bajo pago, entre 80 y 2.000 euros. De este modo, las calles Espíritu Santo, Fuencarral u Hortaleza entre otras, mostrarían varias obras de estos autores en diferentes estilos, pero unificadas por el uso básico del aerosol (Lucas 27-3-2006: 3; Merino y González, sin fecha).

Visto esto, se pueden distinguir diferentes conjuntos de comercios o locales que optan por este tipo de decoraciones:

1) Garitos o locales de copas o baile (Malandro, Nueva Visión, Espiral Pop, Diablos Azules, El Rey Lagarto, La Vaca Austera, Tupperware, Free Way, Chill Out, Little Angie, Pobre Gaspar, etc.) o aquellos que toleran las intervenciones en sus fachadas como elemento ambientador (Nasty, etc.).

FIG. 5: El Malandro, en la Corredera Alta de San Pablo, fue uno de los primeros locales de Malasaña en servirse de los *escritores* de graffiti desde finales de los 90, para confeccionar su decoración exterior. Esta última versión se basaba en motivos alusivos a la cultura de club. (Foto del autor, noviembre 2006).

2) Comercios discográficos (Action Music, Cuna Records, Garaje Sónico, Level Records, etc.), talleres de tatuaje (Tatoo Magic, Mao & Cathy, Biotek, etc.), de cultura *motera* (Devil Bros.).
3) Tiendas de ropa, calzado y complementos (Fun & Basics, O'neill, Replay, Pi·3·14, Underground Madrid, Pepe Jeans, Glam, Puma, Coronel Tapioca, Con Un Par Zapatos Francisco López Ortega, Wrangler, Custo, (Sfera), What? Ever…, Snapo, Tabula Rasa, La Bonita, Gildas, Las Manoletinas Rojas, etc.) o perfumería (If, Kiehl's) y peluquería (Le Salon d'Apodaca, Ivan & Vienen, Socorro Osea Sálvame).

4) Comercios de restauración o alimentación (Burguer El Ave Turuta, Mister Gelato, Salón Italiano, El Burrito Mexicano, Mercado Argentino II, etc.), carnicerías (Pollerías Herrero), pastelerías (Piscis) o teterías (La Granja de Said).

FIG. 6: (Sfera), en la calle Fuencarral, es un ejemplo de integración del graffiti conforme a una imagen de marca. Este caso ha permitido observar una buena muestra del graffiti en su vertiente fotorrealista, aludiendo al imaginario neoyorquino como un referente internacional. (Foto del autor, noviembre 2006).

5) Comercios diversos: estancos (Estanco nº 524), de costura (Arreglos), tiendas de métodos de cultivo de interior (Houseplant), floristería y plantas (Istar, Boreales), herbolarios (Soria Natural), empresas de obras y reformas (Hnos. Conejero), de venta de equipamientos y menaje de cocina industrial (Roalu S.A.), talleres mecánicos (Motos Álvarez), centros de yoga (Bikram Yoga College of India), quioscos de prensa, etc.
6) Galerías o espacios de Arte (Espacio Menos 1), artesanías indígenas (Adala Badala), tiendas de fotografía (Foto Express) o estudios de artes gráficas (Kromatek).

Destaca lo prodigado de este recurso en el ámbito de los comercios de ropa, calzado y accesorios, complementos o perfumes, junto a los vinculados con el mundo de la música, la cultura material o simbólica de ciertas

subculturas urbanas. De este modo, aparece como muy significativa la adhesión a este tipo de iniciativas de comercios extraños a esos contextos subculturales y, mucho más, si se salen del área del consumismo u ocio juvenil. Pues dicha salida representa un verdadero signo de aceptación barrial de cierto planteamiento estético y el considerar la apertura de miras hacia una posible concordia entre la cultura libre de calle y la actividad económica ordenada del barrio. Así, las decoraciones emprendidas en los negocios "de toda la vida" o correspondientes a pequeños empresarios son, en este sentido, índices del arraigo y éxito popular de este tipo de manifestaciones plástico-gráficas en la calle, independientemente del éxito e inspiración en campañas de imagen de ciertas cadenas o franquicias de mayor peso económico.

En principio y de modo inmediato, hay varios argumentos a favor de esta medida, que van de lo altruista a lo funcional:

FIG. 7: Pollerías Herrero, en la calle Espíritu Santo, es un excelente ejemplo de arraigo popular del graffiti. Es importante resaltar que el trato más próximo entre un comerciante del barrio y un *escritor* de graffiti favorece un tipo de trabajo más libre o menos impositivo que frente a una potente cadena comercial o una institución pública. (Foto del autor, noviembre 2006).

a) Es un tipo de encargo que usualmente parece salir bastante económico para los dueños de los comercios, respecto a la contratación de otra clase de profesionales especializados, aunque todo depende del caché del artista y del poderío de la empresa.
b) Parece proteger las fachadas de acciones indiscriminadas, gracias al asentamiento de la tradición entre *escritores* de graffiti de no pintar sobre la obra de un *escritor*, sea legal o ilegal. Así, este interés se centra especialmente en evitar el aparentemente antiestético bombardeo de firmas y *potas*, aunque, como se puede comprobar, este halo protector no es definitivo y sólo parece ser más efectivo en el caso de autores reconocidos u obras sobresalientes.
c) Redunda en un ahorro en gastos de "limpieza", en su borrado o repintado. Incluso en el caso de la intervención indeseada de firmantes u otras obras mayores, parece innecesaria o poco apremiante su restauración, pues se camufla en el conjunto estilístico ante la mirada inexperta.
d) Plantea una relación próxima entre el ejecutor y el comitente, pues exige referencias y una negociación detenida, ya que el encargo tiene un interés concreto y una aplicación muy personalizada. Esto redunda en la necesidad de establecer un clima de confianza.
e) Otorga una imagen moderna y "enrollada" a los negocios.
f) Otorga una imagen uniforme, moderna, progresista y vitalista a un área urbana.

Da la impresión de que, en el centro urbano, las tentativas de integración dependen más de las iniciativas privadas que de la acción municipal, que, por lo común, se mantiene siempre en una postura pasiva o secundaria. Es más, en el caso del centro urbano ni siquiera se plantea de modo usual como estrategia entre asociaciones u organizaciones cuyos programas de actividades se enfocan a la juventud. Posiblemente, esto dependa mucho de la existencia de espacios mayores y más idóneos para la práctica lucida del graffiti en la periferia que en el centro urbano. También, por una cuestión de enfoque y comprensión, pues de verlo como algo "normal" en la manifestación de hábitos juveniles en el ámbito periférico, desde su enfoque como estigma, redención o señal de participación saludable, cuando estas manifestaciones se contextualizan en el centro de la ciudad, se contemplan más como un serio problema para la convivencia ordenada y la conservación estética.

Otra conclusión es la impresión de actividad o producción postiza de aquellas manifestaciones más sujetas a un discurso artístico, fuera del centro de las ciudades. Frente a esa otra impresión de que el graffiti tradicio-

nal parece extrañarse como una manifestación natural en el centro urbano, un espacio hiperordenado y supermediatizado, escaparate de un modelo ideal de ciudad ya consagrado. No obstante, las experiencias artísticas de intervención urbana pueden desarrollarse, según sus intereses, tanto en un espacio periférico como central. Aunque es cierto que su concentración en el centro urbano es un hecho patente, por ese valor de escaparate y laboratorio.

Por tanto, los comerciantes se han convertido en comitentes, en mecenas del arte urbano, pero a la vez observamos cómo, curiosamente, se producen resoluciones multiformes que dependen en buena parte del grado de intervención del comitente o de la participación o implicación del artista. Igualmente, interviene mucho la imagen comercial del negocio, que articula la decoración de su fachada o cierre como una prolongación de su escaparate o como un panel publicitario. En este sentido, aquellos locales que corresponden a cadenas o franquicias se ven más sujetos al mantenimiento de una imagen comercial, más uniforme y generalmente reconocible. Por otro lado, cuanto más próximo está el negocio, por su actividad, su estilo o su ideología, al mundo del graffiti, más reconocible formalmente como "graffiti" es su decoración, resultando muy evidente, por ejemplo, en los talleres de tatuaje. Así, también, se observa que entre aquellos comerciantes que delegan y no condicionan sobremanera el estilo gráfico de los autores de sus decoraciones, se encuentran los económicamente más modestos, pues en la negociación del encargo, la libertad operativa del artista se maneja como moneda de cambio. Igualmente, aquellos que buscan un mayor efectismo o aparatosidad son los empresarios más potentes.

La efectividad, de cara al control del graffiti de este tipo de medidas, no debe ser cuestionada, pues, a pesar de dar la impresión visitando este barrio de que no es del todo efectiva, resulta altamente beneficiosa. Sin embargo, la complejidad de este fenómeno hace que no sea, con una medida tan simple, aunque generalizada, tan fácil tratar de erradicar o, mejor dicho, reducir a un estado más discreto la presencia natural del graffiti. En verdad, la causa de este desbordamiento del graffiti en Malasaña depende de varios factores.

Primero, de la envergadura mundial del fenómeno que hace que con políticas regionales o puntuales se obtengan resultados relativos o paliativos.

Segundo, la alta pluralidad de medios y códigos, que hace que se entienda la existencia de diferentes grupos de intereses entre los participantes en la práctica del graffiti u otras manifestaciones afines, lo que obliga a complicar la resolución de los conflictos que se puedan ocasionar.

Tercero, la constitución de ciertas áreas públicas como espacios semiprivados por parte de una alta concentración de usuarios, gracias a la con-

solidación de un uso periódico y de un ambiente con el que se identifican y que se cuida y protege.

FIG. 8: Los escaparatistas de los comercios de la calle Fuencarral se inspiraron en el mundo y la gráfica del graffiti como tema unitario en las Navidades de 2004. Sin duda, fue un precedente a la apertura de iniciativas que más tarde les integrarían como agentes directos en las decoraciones de gran número de fachadas. (Foto Alberto del Castillo, diciembre 2004).

Cuarto, la reiterada política represiva que, junto a la saturación, provoca la invasión de espacios no naturales para la práctica del graffiti, tal y como se ha venido desarrollando tradicionalmente.

Quinto, la no toma en cuenta en el diseño y trazado arquitectónicos y urbanísticos de elementos o espacios adecuados para la satisfacción de las necesidades participativas del individuo urbano.

Por último, la conformación del centro urbano como un espacio de ruido, interferencia, yuxtaposición, complemento, juego y competición, con la toma de conciencia de una participación coral de diferentes líneas de acción o de la impresión de construir una composición común. A este respecto, se apreciarían dos modos de obrar entre los autores de graffiti o medios afines: el autor actúa sin conciencia del contexto, propia de una fase inicial o puntual, o bien, el autor actúa consciente de participar en una actividad compartida, pudiendo llegar a considerar que se participa en una producción común, una obra colectiva.

Se observa, además, cómo resulta fundamental el implicar a los *escritores* como parte activa en el teatro cultural de cada barrio. Es más, el plantear la integración del graffiti desde un punto de vista formalista, puede ocasionar efectos contrarios, excitadores. En concreto, la apropiación formal y la apropiación de espacios naturales del graffiti son factores claves en la configuración del frente opositor entre el graffiti y el mundo comercial. Esto sucedió, indirectamente, con una experiencia anterior a la citada, realizada también por comerciantes de la calle de Fuencarral, sobre el uso de la estética del graffiti como tema para ambientar sus escaparates en las Navidades de 2004. De esta forma, los aerosoles, las plantillas, el *tagging*, etc., fueron motivos recurridos para confeccionar los escaparates navideños que promovían el consumo de todo un tipo de productos, enfocados a sectores juveniles y preferentemente con estilos de calle. Esta experiencia también se puede valorar como un acto de reconocimiento cultural del graffiti como un elemento más que contribuye a la riqueza de la cultura urbana y, en parte, fue un antecedente de la experiencia posterior. Pero, igualmente, la no implicación de los autores del graffiti representado o simulado no podría generar entusiasmo o simpatías, sino más bien la insistencia en esa apreciación, habitual en los ámbitos *grafiteros*, del vampirismo de su creatividad por un sistema que hace negocio con ella y que, por el contrario, les suele perseguir y condenar. Esto suele generar el diseño de estrategias más radicales y acciones más provocadoras, buscando la nula posibilidad de absorción, lindantes con lo vandálico o lo delictivo. Es más, busca la reafirmación de su mensaje y, por extensión de su frente moral, en un esperado acto de represión institucional, refrendo de su logro excitador, aunque normalmente estas experiencias quedan ahogadas en la vorágine creativa general.

Finalmente, se pueden observar las siguientes características, frente a lo comentado en el caso periférico:

1) La producción es principalmente exógena.
2) Se ve afectada en la distribución de tipologías por la trama urbana y la distribución y ordenamiento de actividades.
3) Es proclive a la innovación en formas y estrategias.
4) Se ejerce dentro de una alta competición mediática y reguladora.
5) Se produce una identificación con el ambiente humano de determinadas áreas.
6) Concurre una pluralidad de agentes e intereses.
7) Se enfrenta a una hostilidad social contra la cultura de calle.
8) Se da en un entorno con escasez de espacios idóneos (hostilidad urbanística), lo que ocasiona conflictos.
9) Los choques y discusiones sociales generados por su ejercicio provocan una necesidad imperiosa de buscar soluciones de concordia.

En conclusión, podemos apreciar cómo la caracterización de tal o cual área urbana sufre alteraciones a lo largo de la historia, respondiendo a la transformación de las actividades desarrolladas los flujos o alteraciones de población, la forma de concebir la calle como espacio ciudadano, la alteración urbanística, etc. En esta transformación vemos cómo el aparato visual o cultural generado por las subculturas urbanas, o fruto de distintas iniciativas individuales, contribuye a esa concreción del frente público de entidades urbanas tales como un solar, un edificio, una calle, un barrio… Todo ello con el efecto derivado de dotar de una aparente personalidad a cada rincón o área de una gran ciudad.

Bibliografía citada

Castellanos, Luis H. y Carlos Colorado. 1988. *Madrid, villa y puente: Historia de Vallecas*. Madrid: Avapiés.

Fateaux, M. 1974. "Représentation cognitive de l'espace urbain: un essai de vérification empirique, la ville de Sherbrooke". *Bulletin de Recherche* 20.

Figueroa-Saavedra, Fernando. 1999. *El Graffiti Movement en Vallecas. Historia, estética y sociología de una subcultura urbana (1980-1996)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Dirección URL: http://site.ebrary.com/lib/redcsic/Doc?id=10080733

— 2004. *El graffiti universitario*. Madrid: Talasa.

Lucas, Beatriz. 27-3-2006. "Grafitis profesionales. Las tiendas de Fuencarral contratan grafiteros para que decoren sus persianas y evitar pintadas". *ADN2,* 3. Madrid.

Merino, Eva y José González. s.a. "Los comerciantes de Malasaña contratan graffiteros para protegerse". *Qué!*

Pardo Canalis, Enrique. 1980. "La Ciudad Universitaria", en VV. AA., *Madrid: De la Plaza de España a El Pardo*, tomo V: 1921-1940. Madrid: Espasa-Calpe.

Tele K (prod.). 1998. *Intercambio de Graffiteros Vallecas Dortmund*. Madrid: Tele K (documental).