

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**CENTRO DE INVESTIGACIONES CULTURALES-MUSEO**



**LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DEL PAISAJE URBANO**  
**La disputa por la significación del graffiti en Tijuana**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

PRESENTA:

**Jorge Francisco Sánchez López**

BAJO LA DIRECCIÓN DE  
**DR. JOSÉ MANUEL VALENZUELA ARCE**

**TIJUANA, B.C., AGOSTO DE 2010.**

# CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de Tesis:

\_\_\_\_\_

Dr. José Manuel Valenzuela Arce

Aprobada por el Jurado Examinador:

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

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

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

## Dedicatoria

*A Olivier Debroise Q.P.D.*

*y*

*a los Sueños Hechos en México.*

## Agradecimientos

Al CONACYT, El Colef y El C.I.C. Museo U.A.B.C. por la formación recibida

A mi director, Dr. José Manuel Valenzuela Arce, por guiar la investigación, compartir su conocimiento y otorgarme su confianza.

A las sinodales, Dra. María Dolores París Pombo y Dra. Rossana Reguillo Cruz, por su lectura concienzuda y sus recomendaciones.

A la Dra. Nora Bringas Rábago, en la Dirección General de Docencia en El Colef

A los coordinadores de la M.E.S.C., Dr. Luis Escala Rabadán en El Colef y Dr. Raúl Balbuena Bello en El C.I.C. Museo U.A.B.C.

A los lectores de innumerables coloquios estudiantiles, Dra. Paola Ovalle Marroquín, Dra. Alejandra Navarro Smith, Dr. Tito Alegría Olazábal, Dr. Francisco Lara Valencia y Dra. Nelly Calderón de la Barca.

A mis profesoras de metodología, Dra. Laura Velasco Ortíz, Dra. Christine Von Glascoe, Dra. Norah Schwartz y Dra. Silvia López Estrada.

A las gestiones escolares de Patricia Chávez, Irene Becerra, Angélica Delgado, Erika Valdés, Mara Rosas y al personal administrativo y docente de El Colef.

Al Mtro. Mario Montenegro García, a quién le tengo mucha fe.

A mi familia que ha sido un invaluable apoyo.

Muy especialmente a mi esposa que ha sido cómplice de esta aventura del conocimiento.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO PREMINAR .....</b>	<b>1</b>
Antecedentes.....	1
Justificación .....	3
Planteamiento del problema.....	4
Delimitación del Problema.....	5
Preguntas de investigación.....	7
Objetivos.....	8
Hipótesis de investigación .....	9
<b>CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....</b>	<b>11</b>
Introducción.....	11
La morfología de la ciudad .....	19
El paisaje urbano .....	21
Estado del conocimiento.....	23
Graffiti como producto cultural .....	29
Publicidad y propaganda como productos culturales .....	31
Universo de estilos en el graffiti.....	32
Juventud y delimitación etaria.....	35
Definiciones socioculturales de la juventud .....	37
La juventud descrita desde las visiones dominantes .....	38
<b>CAPÍTULO 2. CONTEXTO .....</b>	<b>43</b>
Aproximación sociodemográfica a la juventud en Baja California.....	43
Población juvenil que practica el graffiti en Tijuana.....	45
Contexto Fronterizo .....	48
Área de estudio .....	52
Descripción del área de estudio.....	54
Conclusiones preliminares.....	65
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>67</b>
Perspectiva Metodológica.....	67
Análisis Sociohistórico .....	69
Técnicas de recolección de datos .....	71
Selección de los entrevistados.....	77
Estrategias de análisis .....	81
<b>CAPÍTULO 4 EL MARCO LEGISLATIVO Y LAS RESTRICCIONES A LA CIRCULACIÓN DE FORMAS SIMBÓLICAS EN EL PAISAJE URBANO DE TIJUANA .....</b>	<b>87</b>
Definiciones del graffiti en el marco legislativo.....	87
La publicidad y la propaganda, del marco legislativo a los hechos .....	94
El Graffiti en el procedimiento penal, del marco legislativo a los hechos.....	99
Conclusiones del capítulo .....	102

<b>CAPÍTULO 5. LOS DISCURSOS DEL PODER .....</b>	<b>105</b>
La prensa.....	105
La ley antigraffiti .....	108
La Secretaría de Seguridad Pública.....	112
Del permiso a la censura: .....	115
Del arte urbano a la censura.....	119
Conclusiones del capítulo .....	121
<b>CAPÍTULO 6. LAS MIRADAS PROSCRITAS DEL PAISAJE URBANO .....</b>	<b>125</b>
Modos de agregación y procesos de adscripción entre grafiteros.....	125
Graffiti como modo de producción del paisaje urbano en Tijuana.....	131
Aproximación a los sujetos y las prácticas del graffiti en Tijuana.....	134
Conclusiones del capítulo ¿Grafiteros, artistas o vándalos?.....	160
La heterogeneidad de las miradas proscritas. ....	161
<b>CAPÍTULO 7. LAS MIRADAS CRIMINALIZANTES SOBRE EL PAISAJE</b>	
<b>URBANO.....</b>	<b>163</b>
Vigilantes antigraffiti y <i>Graffiti Busters</i> en Estados Unidos.....	163
<i>Graffiti Busters</i> en Tijuana .....	164
Sanción Autoritaria o las vías no oficiales para ejercer el control.....	167
Los grupos de interés y las organizaciones de empresarios .....	171
Publicidad, graffiti e ilegalidad .....	175
Yo sí limpio Tijuana - Acción Antigraffiti .....	177
Las agrupaciones juveniles antigraffiti e iglesias cristianas .....	180
Conclusiones del capítulo: .....	184
<b>CONCLUSIONES FINALES:.....</b>	<b>187</b>
Anexos.....	191
Bibliografía Consultada .....	204

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.1:</b> Universo de estilos del graffiti.....	34
<b>Cuadro 1.2:</b> La juventud construida desde las visiones dominantes .....	41
<b>Cuadro 2.1:</b> Población juvenil en Tijuana por rangos de edad .....	43
<b>Cuadro 2.2:</b> Datos sociodemográficos de grafiteros entrevistados en Tijuana .....	46
<b>Cuadro 3.1:</b> Campo de producción visual del paisaje urbano .....	68
<b>Cuadro 3.2:</b> Crews ubicados en el trabajo de campo.....	79
<b>Cuadro 3.3:</b> Matriz de análisis de medios técnicos de producción.....	82
<b>Cuadro 3.4:</b> Estrategia para análisis de discursos del poder y miradas criminalizantes .....	83
<b>Cuadro 3.5:</b> Lo juvenil descrito desde las visiones dominantes y desde los jóvenes .....	85

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 2.1:</b> Jóvenes asegurados en operación antigraffiti.....	47
<b>Figura 2.2:</b> Niños asegurados en operación antigraffiti .....	47
<b>Figura 2.3:</b> Mapa de Tijuana con recorte del área de estudio.....	53
<b>Figura 2.4:</b> Área de estudio.....	55
<b>Figura 2.5:</b> Dobles Error y Neick sobre la Avenida Internacional .....	56
<b>Figura 2.6:</b> <i>Tag</i> borrado sobre monumento de Las Dos Culturas .....	58
<b>Figura 2.7:</b> Producción H.E.M., T.D.A, U.P.S. en el Infonavit Lomas del Porvenir .....	61
<b>Figura 2.8:</b> Lista de Komun y Moph, de Zona Norte en Playas de Tijuana .....	63
<b>Figura 4.1:</b> Valla con sellos de clausurado .....	95
<b>Figura 4.2:</b> Rótulos para eventos populares .....	97
<b>Figura 5.0:</b> Borran <i>tag</i> de Sueño, Kenos, H.E.M. en la garita Tijuana - San Ysidro .....	104
<b>Figura 5.1:</b> Detalle <i>tag</i> de Sueño, Kenos, H.E.M. en la garita Tijuana - San Ysidro.....	105
<b>Figura 5.2:</b> Dedicatoria al Sueño de parte del Door. ....	106
<b>Figura 5.3:</b> Videostill del diálogo en el Bazar de Expresión Urbana.....	116
<b>Figura 5.4:</b> Cartel del Bazar de Expresión Urbana.....	120
<b>Figura 5.5:</b> Cartel del Festival de Expresión Urbana .....	120
<b>Figura 5.6:</b> Pieza de veteranos en el Festival de Expresión Urbana.....	121
<b>Figura 6.0:</b> Grafitero junto a <i>tag</i> y <i>throw up</i> de U.P.S. ....	124
<b>Figura 6.1:</b> Cash tachando <i>tag</i> de B.I.G. ....	131
<b>Figura 6.2:</b> Mapa del área de influencia .de Cash.....	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 6.3:</b> Letras de Nube con mensaje “Bomb the city”, N.G.B. crew y acople con Spel.....	142
<b>Figura 6.4:</b> Letras de Serie con mensaje “Déjate caer, si tú crees ke traes con ké”, C.H.R. crew .....	148
<b>Figura 6.5:</b> Detalle Trepe Trago, Reir y acoples .....	150
<b>Figura 6.6:</b> Trepe Trago - Reir enseguida de mural de Spel en calle Sexta .....	153
<b>Figura 6.7:</b> Letras <i>old shool</i> de Shente con mensaje “ <i>Rest in Peace</i> ” para integrantes del H.E.M. <i>crew</i> .....	156
<b>Figura 6.8:</b> Firmas de Shente camufladas como fondo de un mural.....	159
<b>Figura 7.1:</b> Logos de grupos antigraffiti en México y E.U. ....	164
<b>Figura 7.2:</b> Mural inconcluso, La Creación, de Shente, Mode y Shekz .....	166
<b>Figura 7.3:</b> Detalle de pieza de Shekz.....	168
<b>Figura 7.4:</b> Mural con Amor a Tijuana.....	172
<b>Figura 7.5:</b> Valla publicitaria de campaña Valores por Tijuana .....	175
<b>Figura 7.6:</b> Logo Yo sí limpio Tijuana. Acción Antigraffiti .....	179

## **RESUMEN**

El paisaje urbano de Tijuana se caracteriza por la profusión de expresiones gráficas de tipo graffiti, publicidad y propaganda. En general las expresiones que se inscriben en el paisaje urbano sin contar con el permiso de la autoridad municipal o de quien legalmente pueda otorgarlo, se sancionan como infracciones. Sin embargo, el graffiti es la única falta que se equipara a un delito tipificado en el Código Penal de Baja California: el delito de daño en propiedad ajena. Esta situación de desequilibrio, independientemente de los efectos directos que tiene sobre los agentes sociales a quienes intenta regular, también produce diferentes formas de significación del paisaje urbano. Así, el paisaje urbano de Tijuana es construido y significado por la alternancia de dos grandes agentes sociales: por un lado los productores de la expresión gráfica y, por otro, las instituciones que aprueban o sancionan dicha expresión y, precisamente en ese punto de convergencia, es donde se focaliza esta investigación. Con base en la problemática observada, se analizó la relación que se da entre la inscripción de formas simbólicas en el paisaje urbano y el ejercicio del poder público. El análisis desentrañó cómo se ejercen las relaciones de poder, en torno a la estigmatización del graffiti en Tijuana. A su vez, se analizó la manera en las expresiones gráficas inciden en las significaciones que adquiere la ciudad, a través de la participación de agentes sociales con diferentes capacidades para significarla.

Palabras clave: jóvenes, graffiti, identidad, zonas urbanas, delincuencia juvenil.

## **ABSTRACT**

The profusion of graphic expressions, such as graffiti, advertising and propaganda, are the conspicuous feature of urban landscape in Tijuana. In general when graphic expressions are inscribed without the consent of the municipal authority, or who may lawfully grant permission, they are punished with administrative sanctions. However, graffiti is the only infringement that equates to a crime according to the Baja California Penal Code, tipified under criminal damage to property. Such an imbalanced state of affairs, produce, aside from direct effects on the social agents being regulated, different meanings of urban landscape in Tijuana. Consequently, urban landscape is constructed and signified by the alternation of two major social agents: on the one side the producers of graphic expressions, and on the other side, the institutions that approve or sanction these expressions; and precisely at that point of convergence, is where this research focuses. Based on the situation observed, the analysis centers on the relationship that exists between the exercise of power and the inscription of symbolic forms in the urban landscape. The results unravel how power relations are exercised, particularly around the stigma of graffiti in Tijuana. Finally, this work explores how graphical expressions affect the meanings that the city acquires through the participation of social agents with different capabilities to signify the urban landscape in Tijuana.

Subject headings: youth, graffiti, identity, urban area, juvenile delinquency.

## CAPÍTULO PRELIMINAR

### Antecedentes

El fenómeno del graffiti en Tijuana es de tal magnitud que en abril de 2003, en la edición 1516 del semanario Zeta, se presentó el siguiente desplegado: “Dos mil quinientos grafiteros plaquean Tijuana”.<sup>1</sup> El artículo coincidió con la antesala a la puesta en práctica de la iniciativa de reforma al Artículo 228 del Código Penal para el Estado de Baja California (EL CPBC), en la que se equipara al graffiti con el delito de daño en propiedad ajena y se penaliza con multas hasta por 300 días de salario mínimo (16,500 pesos) y de 3 meses a 6 años de prisión.

Los medios masivos de comunicación han contribuido a la visión criminalista del graffiti.<sup>2</sup> A través de prensa, televisión e internet, se alimentan las opiniones ciudadanas que etiquetan a los sujetos juveniles como vándalos y delincuentes. A su vez las autoridades promueven que los contenidos comunicativos del graffiti incitan a la violencia y la criminalidad, así como a la venta y consumo de drogas. El jefe del Grupo Antigraffiti de la policía municipal, afirmó recientemente los supuestos mencionados<sup>3</sup>, al mismo tiempo que la prensa ha publicando fotografías en donde se señalan que los contenidos de inscripciones tipo graffiti se vinculan con las conductas delictivas mencionadas<sup>4</sup>

Aunado a ello el XIX Ayuntamiento de Tijuana en coordinación con el Grupo Antigraffiti perteneciente a la Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM) promueve la campaña: Yo sí limpio Tijuana-Acción Antigraffiti<sup>5</sup>, en la que se insta a la población a participar en campañas para limpiar el graffiti del paisaje urbano en coordinación con escuelas, iglesias, integrantes de éstas instituciones y funcionarios públicos.

---

<sup>1</sup> Periódico Zeta. 16 /Abril /2003.

<sup>2</sup> La prensa publica arrestos de “grafiteros” en la sección policiaca, en donde éstos aparecen como protagonistas de la violencia que se vive en la ciudad. Véase anexo 1.

<sup>3</sup> Entrevista con el Jefe Antigraffiti, Pastor Marín Villaseñor, videograbada el 17 de octubre 2009.

<sup>4</sup> Periódico Frontera, 19/Agosto/2007. Véase anexo 11.

<sup>5</sup> En el primer informe de gobierno, XIX Ayuntamiento de Tijuana, se presenta el plan de recuperación de espacios públicos, a la par se capacita a los vecinos para la prevención de conductas delictivas. También se lanza el programa emergente “Yo si limpio Tijuana”, para la recolección de basura, en la que se invita a la población civil a participar en la limpieza urbana -en la ausencia de personal del ayuntamiento que estaba en paro laboral-. Además el programa incluye “Acción Antigraffiti”, cuyo objetivo es combatir la contaminación visual y cubrir espacios públicos deteriorados por el graffiti. A su vez este programa se considera una alternativa para combatir la delincuencia en la ciudad.

En Tijuana a partir del año 2005 se han instalado al menos 600 espacios publicitarios a pie de calle que lleva el nombre genérico de valla.<sup>6</sup> A la par que aparecieron dichos espacios publicitarios, surgieron las quejas por parte de la Dirección de Administración Urbana del Ayuntamiento (LA DAU), ya que la mayoría de ellas habían sido colocadas por las noches, sin pedir ni pagar permiso ante la dependencia municipal.<sup>7</sup>

En años recientes, varios anuncios espectaculares han sido colocados de manera similar careciendo de permiso para operar<sup>8</sup>. No obstante que se necesita una licencia para todo rótulo, letrero, aviso, dibujos, emblema o cualquier otro signo con fines de propaganda comercial o de cualquier otra índole en cualquier lugar de la ciudad, dentro del Municipio de Tijuana.<sup>9</sup> Por otra parte, el régimen jurídico penal de Baja California, sanciona al graffiti de la siguiente manera: “aquel individuo que por medio de pintas de signos grabados, mensajes o dibujos, sobre bienes muebles o inmuebles ajenos, o bienes propios, que no estén bajo posesión legal de quién los realiza y sin el consentimiento de quién esté facultado para otorgarlo conforme a la ley, y que con esto se altere la presentación en su imagen material y visual, se le impondrá prisión de dos a cinco años y hasta quinientos días de salario de multa”.<sup>10</sup>

A pesar de que el marco legislativo sanciona actividades como éstas (el graffiti y la colocación de espectaculares o carteleras), y prohíbe, tanto escribir leyendas, como fijar anuncios si se prescinde del permiso de la autoridad;<sup>11</sup> al revisar los hechos se observa que ambas actividades transgreden el marco legal, sin embargo las sanciones aplicadas perjudican sobre todo a quienes hacen graffiti. La situación señalada, exhibe que desde la autoridad se da un trato diferenciado a expresiones como el graffiti y la publicidad. En otras palabras, las expresiones gráficas consideradas en la investigación cumplen distintos fines, sin embargo, sus productores se comportan de manera similar cuando inscriben sus expresiones en el paisaje urbano, sin el consentimiento de la autoridad competente. De esta manera tenemos que, formas de significar el paisaje urbano, que esencialmente provienen de la misma acción de expresión gráfica, son tratadas de forma diferente por las autoridades e

---

<sup>6</sup> Solamente Grupo Vallas, una de las empresas más grandes en la ciudad, opera 600 vallas.

Véase [www.gpovallas.com](http://www.gpovallas.com)

<sup>7</sup> Periódico Frontera, 27/diciembre/2005.

<sup>8</sup> Periódico Frontera, 22 /agosto/2007. Periódico el Mexicano, 31/enero /2008.

<sup>9</sup> Artículo 6, El Reglamento de Rótulos Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana, Baja California.

<sup>10</sup> Artículo 228 BIS de EL CPBC.

<sup>11</sup> Artículo 88, Bando de Policía y Gobierno para el Municipio de Tijuana B.C.

instituciones oficiales —tanto legal como socialmente— permitiendo unas y censurando otras, afectando de manera muy distinta a los agentes que las producen.

### **Justificación.**

En Tijuana el discurso público está saturado de opiniones en contra del graffiti, sin que los agentes juveniles que producen graffiti participen en la discusión. Por otro lado, el discurso jurídico-penal y la mirada criminalizante externada incluso en agentes sociales que sancionan al graffiti aun sin ser autoridades formales, representan una mirada exterior del fenómeno del graffiti. Por lo que, desde fuera, el graffiti puede ser visto o representado como una amenaza para la ciudad.

El estudio realizado se justifica en la necesidad de interpretar las expresiones del graffiti dando prioridad a las voces de los sujetos y colectivos juveniles que producen graffiti en Tijuana. El número de individuos que participan de dicha cultura juvenil, se estimó en el año 2003 en 2,500 grafiteros. Cifras recientes indican que el número de jóvenes que practican el graffiti en el paisaje urbano de Tijuana ha disminuido, en relación a la campaña antigraffiti que ha mantenido la Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM). A su vez, los jóvenes que producen graffiti se agrupan en *crews*, según su propio léxico y en pandillas según los funcionarios de gobierno. Con respecto a las agrupaciones juveniles que hacen graffiti, el Grupo Antigraffiti de LA SSPM indica que el número de éstas disminuyó en octubre de 2008 de 400 a 340.

Durante el 2008 el XIX Ayuntamiento ejerció un recurso de 1'100,000 pesos para combatir la contaminación visual en la ciudad a través el programa Yo Sí Limpio Tijuana - Acción Antigraffiti. Llama la atención que un total de 72 escuelas en el municipio se integraron a este programa, en el que participaron maestros, padres de familia y estudiantes. Actualmente, el graffiti también está contemplado en las políticas de prevención del delito de la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Baja California, por lo que continúa siendo un tema en la agenda de funcionarios y políticos.

## **Planteamiento del problema.**

El tratamiento que han dado los funcionarios de gobierno y la prensa a la presencia de graffiti en la ciudad, hace evidente que desde los discursos del poder se estigmatiza a dichas expresiones. La mirada criminalista, considera que el graffiti aglutina a delincuentes juveniles que vandalizan la ciudad, a través de gráficos realizados de manera clandestina. Sin embargo, otras expresiones gráficas como la publicidad que se hace sin permiso sobre el paisaje urbano, no es sujeta de la misma mirada, por lo que tampoco sus productores son criminalizados. A pesar que ambas expresiones incurren en actos ilegales al realizarse sin el consentimiento de quien pueda legalmente otorgarlo, quienes hacen graffiti reciben el peso mayor de las sanciones aplicadas. La situación obliga a esclarecer, cómo son interpretados el graffiti y la publicidad por los agentes sociales que sancionan el uso del paisaje urbano en Tijuana.

Se considera que el exceso de atención y exclusivismo de la interpretación criminalista en el discurso público del graffiti, genera problemas de interpretación. Es decir, los funcionarios de gobierno, en particular los encargados de sancionar ésta actividad, elaboran una lectura parcial del graffiti a través del aparato conceptual jurídico, el cual dicta que toda expresión gráfica realizada sin el consentimiento de quien legalmente pueda otorgarlo, será considerado daño en propiedad ajena<sup>12</sup>. Sin embargo, existen otras lecturas del fenómeno que su ámbito de competencia no considera. No obstante, son estas figuras las que se erigen como expertas en el tema del graffiti y a su vez ofrecen lecturas interpretativas de los contenidos comunicativos de éstas expresiones juveniles, y las hacen circular en los medio de comunicación, frente a aulas escolares, grupos empresariales, etcétera. Lo que nos lleva a cuestionar cuáles son los límites de la explicación jurídico penal y de la mirada criminalizante que observa al graffiti desde el exterior de la práctica.

Para ofrecer respuestas a estas interrogantes se estudió el fenómeno desde su propia producción, desde el interior de los colectivos juveniles que producen graffiti y en donde se gesta esta práctica. A su vez, dado que los productores de graffiti, como las expresiones gráficas que realizan, han sido estigmatizadas, se estudiaron los mecanismo discursivos y las estrategias, por los cuales diversos órdenes del poder, han proscrito y reducido dicha expresión. Al respecto, se consideran los medios de comunicación, las leyes. Además, se

---

<sup>12</sup> Artículo 228 del Código Penal de Baja California.

registró la posición de la autoridad legítima, a través de entrevistas con funcionarios de La Secretaría de Seguridad Pública. A la vez que, para entender la situación legal en la que se encuentran la publicidad y la propaganda se entrevistó a la jefa de actividades mercantiles de La Dirección de Administración Urbana, en el municipio.

También se reunieron las interpretaciones de grupos de interés, que sin ser la autoridad legítima, sancionan la producción de graffiti. Concretamente, se hicieron entrevistas con personas pertenecientes al Consejo de Imagen de Tijuana, y con jóvenes que participan en actividades antigraffiti, de la mano del gobierno e iglesias cristianas.

### **Delimitación del Problema**

La imagen de la ciudad, no solo es afectada por los graffiti, sino también por otras expresiones gráficas que se presentan y modifican el paisaje urbano. Además, existen otras problemáticas que afectan la imagen de la ciudad<sup>13</sup>, sin embargo las expresiones que se consideraron son producidas por agentes especializados en la gráfica, tal como el graffiti, la publicidad y la propaganda; que para simplificar la investigación, se subsumió a las lógicas de producción de la publicidad, a razón de que utilizan medios técnicos similares. Con base en lo anterior, se incluyeron las expresiones mencionadas, por tratarse a grosso modo de casos extremos en los que se presenta la producción visual del paisaje urbano—conceptualmente unas se elaboran con el permiso de la autoridad y otras prescindan de él, aunque como se ha adelantado en los hechos esto no es necesariamente así. Por lo que incluir en la investigación tanto las formas de la expresión gráfica que han sido aceptadas como las que han sido proscritas —en cada caso se trata de la publicidad y graffiti—, permitió conocer los modos en que desde los discursos del poder se aceptan y se prohíben las expresiones gráficas que se presentan en el paisaje urbano y lo transforman.

Para delimitar el universo de las expresiones gráficas que se estudiaron, se adoptaron los siguientes criterios: se seleccionaron ejemplos de graffiti y publicidad como muestras de caso tipo de inscripciones que por su tamaño y ubicación eran notorias en el paisaje urbano. A partir de estas nociones se formó un cuerpo de imágenes representativo de las formas en la que se presentan dichas expresiones gráficas y comparten el paisaje urbano tijuanaense.

---

<sup>13</sup> Entre otras, la basura, los tiraderos clandestinos, lugares abandonados, etc.

Con base en la descripción propuesta, se seleccionaron tres tipos de espacios geográficos con características particulares, tanto para contrastar los presupuestos señalados, como para estudiar los modos en que se presenta el graffiti dentro de la ciudad de Tijuana; la selección incluyó: espacios comerciales, espacios residenciales y espacios que expresan poder político y económico. En consecuencia, las zonas donde se llevó a cabo el estudio fueron: Zona Urbana Río Tijuana, lugar que concentran actividades financieras y se expresa de manera ostensible el poder político y económico, así como vías muy transitadas que son importantes arterias de la ciudad, como La Calle Segunda en Zona Centro y La Avenida Internacional, que corre de manera contigua a la Zona Norte y la división internacional con E.U.; los espacios comerciales seleccionados se encuentran sobre avenidas transitadas y áreas nodales contiguas a los fraccionamientos estudiados, así como en Zona Centro lugar que concentra gran parte del transporte público, centrales de abasto y comercios. Finalmente existe una representatividad residencial al incluir en el estudio fraccionamientos de nivel alto, medio y bajo; a su vez que se incluyeron lugares donde era evidente la profusión de graffiti o donde residían los integrantes de colectivos juveniles que los produjeron.

El graffiti es un concepto que abarca cualquier trazo que de manera espontánea o clandestina se hace presente en la ciudad. No obstante el graffiti que se estudió, refiere a una expresión que ha evolucionado desde los años setenta del siglo XX y se articula a una red de competencias, habilidades y significados de culturas juveniles en la que el graffiti cobra parte central de la representación individual y colectiva. La lógica primigenia de este medio es la escritura de autógrafos que tiene como fin vincularse con otros sujetos que están en la misma práctica. La difusión, profusión y afinidad de este tipo de graffiti en prácticamente toda Tijuana justificó que este fenómeno se estudiara en distintos puntos de la ciudad.

Esta investigación se llevó a cabo en la ciudad de Tijuana, Baja California, de octubre de 2009 a marzo de 2010. La investigación coincidió con la presentación del segundo informe de gobierno del XIX Ayuntamiento de Tijuana, mismo que se ha caracterizado por implementar programas de gobierno para combatir el graffiti e incorporar campañas antigraffiti, entre las políticas de prevención del delito.

Finalmente, para investigar el tema, fue necesario construir analíticamente el contexto general de producción visual en las que estas expresiones gráficas conviven. Al interior del contexto de comunicación descrito, existen distintas comunidades de sentido que comparten

la calle como contexto de significación. Así mismo, dado que el paisaje urbano es una construcción social inscrita en relaciones de poder, fue necesario conocer cómo se dan dichas relaciones entre los agentes que producen expresiones gráficas en el paisaje urbano y entre quiénes sancionan el uso del mismo. Ello ayudó a explicar por qué hay un tratamiento indulgente a los productores de publicidad y un tratamiento perjudicial a los creadores de graffiti.

### **Preguntas de investigación**

Planteado lo anterior se definieron las siguientes preguntas de investigación:

#### **Pregunta General:**

¿De qué manera se construyen las nociones que legitiman o deslegitiman la circulación de formas simbólicas en el paisaje urbano, ya sean graffiti o publicidad, tomando en cuenta las interpretaciones de sus productores, en contraste con las interpretaciones de los agentes sociales que las sancionan?

#### **Preguntas Específicas:**

1. ¿Cómo opera el marco legislativo sobre las expresiones gráficas que se inscriben en el paisaje urbano de Tijuana?
2. ¿Cómo es interpretado el graffiti por los agentes sociales que sancionan el uso del paisaje urbano?
3. ¿Cómo operan los discursos del poder en torno a la estigmatización del graffiti en Tijuana?
4. ¿Cómo se interpreta el graffiti a través de sus creadores y desde sus prácticas de producción?

## **Objetivos**

Los objetivos que persigue esta investigación son:

### **Objetivo general:**

Contrastar las interpretaciones del graffiti y la publicidad obtenidas de sus productores con el discurso jurídico penal y la mirada criminalista enunciada por los agentes sociales que sancionan el uso del paisaje urbano en Tijuana.

### **Objetivos específicos:**

1. Analizar el marco legislativo que opera sobre las expresiones gráficas inscritas en el paisaje urbano de Tijuana.
2. Analizar la manera en que operan los discursos del poder en torno a la estigmatización del graffiti en Tijuana.
3. Interpretar al graffiti desde la perspectiva de los agentes sociales que sancionan el uso del paisaje urbano.
4. Interpretar el graffiti a través de sus creadores y desde sus prácticas de producción.

## **Hipótesis de investigación**

Las hipótesis que explican la investigación son:

### **Hipótesis general:**

Las formas simbólicas en el paisaje urbano, ya sean graffiti, o publicidad, se interpretan como legítimas o ilegítimas, según el lugar social que ocupan sus productores, con base en marcos jurídicos, los recursos con los que cuentan y las instituciones con que se vinculan

### **Hipótesis específicas:**

1. Las formas de expresión gráfica que se presentan en el paisaje urbano de Tijuana— graffiti, publicidad y propaganda—, son sancionadas de manera diferente por instituciones oficiales, permitiendo unas y censurando a otras; afectando de manera distinta a los agentes que las producen sobre todo a los que hacen graffiti.
2. Desde los discursos del poder, la estigmatización del graffiti desacredita, tanto a las formas de inscripción en el paisaje urbano, como a sus productores vinculándolos con la delincuencia.
3. Para los agentes sociales que sancionan el uso del paisaje urbano el graffiti es una expresión gráfica realizada por delincuentes juveniles que vandalizan la ciudad.
4. Al interior del campo del graffiti, la expresión clandestina es la fuente primigenia de legitimidad. Sin embargo, algunos productores de graffiti, entablan relaciones con instituciones oficiales e instancias acreditadas que les permita legitimarse fuera de su campo.



## **CAPÍTULO 1. Marco teórico conceptual**

**Introducción:** La recomendación epistemológica que aporta Bourdieu, es representar a las sociedades como espacios sociales de diferenciación, organizadas a partir de la obtención de formas específicas de capital (económico, simbólico, cultural y social), que convencionalmente se reconocen en universos particulares, situados en tiempo y lugar. Para el autor, la estructuración social se basa en la distribución desigual de las formas de poder y capital aceptadas en un espacio social dado. Por tanto, el espacio social está estructurado a partir de las diferencias objetivas entre los actores sociales presentes en él. De esta manera se introduce el principio metodológico de observación de la diferencia: “el principio de diferenciación permite re-engendrar teóricamente el espacio social empíricamente observado” (Bourdieu 1997, 48).

Los distintos actores sociales (individuales y colectivos) presentes dentro de un espacio social buscan obtener y apropiarse formas específicas de capital y de poder. En tanto que el espacio social, es: “un campo de luchas dentro del cual los agentes se enfrentan, con medios y fines diferenciados según su posición en la estructura del campo de fuerzas, contribuyendo de este modo a conservar o a transformar la estructura social” (Bourdieu 1997, 49). En este sentido el espacio social forma un campo de fuerzas de individuos y grupos con intereses particulares.

Por otra parte, la estructura del espacio social no es inmutable. Ésta va cambiando en relación a la distribución de los capitales actuantes dentro del espacio social. Los actores sociales se enfrentan en una lucha por obtener los capitales anteriormente referidos, y se posicionan para conservar o transformar la estructura social. De tal manera que, al interior del espacio social se da una lucha entre agentes que dominan el campo y los pretendientes que buscan ocupar posiciones dominantes. En este sentido el espacio social es dinámico.

La distinción entre los agentes sociales se genera en torno a sus capacidades de producción y reproducción de las condiciones materiales y simbólicas de diferenciación. Dicho de otra manera, los actores sociales se distinguen en la medida en que inciden en la estructuración social. A su vez, el poder y los capitales que fluyen en el espacio social, tienen impacto en campos sociales específicos y dan lugar a una competencia interna por la apropiación de éstos bienes. Los agentes sociales se organizan con base en las reglas internas de sus campos. Con base en ellos, teórica y metodológicamente es posible estudiar a los

grupos sociales reconociendo cuál es el objeto en disputa—el *enjeu*— al interior del campo social en donde se desarrollan.

En la teoría de Bourdieu, el capital no es únicamente económico, sino que adquiere otras formas, ya sea como capital simbólico (capital económico denegado como prestigio y reconocimiento), capital cultural (educación), capital social (relaciones sociales y política). Por lo que siguiendo la teoría de los campos de Bourdieu aplicada a nuestro objeto de estudio se puede hipotetizar que el paisaje urbano es un lugar de disputa de distintos agentes que poseen y reproducen formas específicas de capital. Dichos agentes sociales luchan por monopolizar el capital que caracteriza al campo en donde se desarrollan. Así mismo, el objeto en disputa dentro del campo de producción y circulación de mensajes gráficos es la visibilidad en el espacio urbano.

Para explicar las relaciones con otros campos sociales, Bourdieu introduce el concepto similar al de polaridad, que como en la física une a dos fuerzas con valores antagónicos (Bourdieu 1997, 66) De esta manera el polo autónomo, explica el comportamiento del campo social a partir de las reglas internas del campo, a su vez que lo separa del resto de la sociedad. Aquí surge también el principio de autonomía, por ejemplo en el campo artístico se da la creencia en el arte por el arte. Por otro lado, el polo heterónimo, es la parte del campo que se relaciona con otros campos y expresa valores externos al campo. Por ejemplo, el impacto de los valores económicos y los imperativos de negocio en el ámbito del arte, es una expresión de las fuerzas heterónomas.

Por lo que el paisaje urbano en tanto espacio social, alberga distintos campos de producción social. En particular el graffiti y la publicidad se desarrollan en polos autónomos con reglas internas. Sin embargo participan en un campo mayor que denominamos campo de producción y circulación de expresiones gráficas en el paisaje urbano. Al interior de éste se da una dinámica sociocultural entre agentes sociales que producen publicidad, y los colectivos juveniles que producen graffiti. Ambos establecen una competencia por el recurso que representa la visibilidad en el paisaje urbano. Así los agentes sociales ejercen coacciones sobre los otros, en la medida en que tienen intereses particulares en sus campos e intereses encontrados en otros campos.

Los campos sociales se relacionan los unos con los otros ejerciendo influencias mutuas. De tal manera que el efecto de dominación es producto de las relaciones entre

distintos campos sociales que tienen reglas internas, pero que al ponerse en contacto con otros generan coacciones que se intercalan<sup>14</sup>. No obstante para explicar la dominación tanto de los campos sociales, como de los actores sociales, se tiene que hacer uso de un concepto mayor, que es el del campo del poder, que regula los valores reconocidos por todos los campos<sup>15</sup>. Algunos ejemplos que representan dicho campo son el Estado y el derecho. El campo del poder es político, jurídico y administrativo. Interviene en todos los campos para imponer leyes, reglas, programas, proyectos, etcétera. En este sentido, el campo escolar está legitimado y estructurado por la capacidad del Estado de otorgar títulos, elaborar programas, etcétera. Lo mismo podemos decir con el espacio público y en particular, con el espacio urbano.

En este sentido, el campo del poder se ejerce como un monopolio en la regulación del paisaje urbano. A través de la legitimidad obtenida a partir de la ideología del servicio público el Estado dicta la manera en la que ha de hacerse el uso del paisaje urbano. Lo mismo se manifiesta en estatutos jurídicos que se basan en ideales de equidad ante la ley. Por ejemplo, la legislación en torno al uso del paisaje urbano en Tijuana se sintetiza en el artículo 88, del Bando de Policía y Gobierno de la siguiente manera: “Escribir leyendas o fijar anuncios de cualquier clase, en fachadas, bardas, banquetas, parques, plazas, calles o cualquier bien público, sin el permiso de la autoridad municipal.

Dicho lo anterior, debido a que el Estado impone las reglas del juego en cuanto a cómo los individuos y los grupos pueden hacerse visibles de manera legítima en el paisaje urbano, el sentido del juego —*enjeu*—, entre los productores de expresiones gráficas que buscan hacerse visibles en el paisaje urbano es el la disputa por el acceso legítimo al paisaje urbano como plataforma de despliegue de expresiones gráficas.

Además lo que está en juego, es salvaguardar los privilegios económicos y políticos

---

<sup>14</sup> La dominación no es mero efecto directo de la acción ejercida por un conjunto de agentes («la clase dominante») investidos de poderes de coacción sino el efecto indirecto de un conjunto complejo de acciones que se engendran en la red de las coacciones cruzadas a las que cada uno de los dominantes, dominado de este modo por la estructura del campo a través del cual se ejerce la dominación; esta sometido por parte de todos los demás (Bourdieu 1997, 51).

<sup>15</sup> En cuanto a la noción de campo del poder, he tenido que introducirla para dar cuenta de unos efectos estructurales que no había manera de comprender de otro modo: en especial unas propiedades concretas de las prácticas y de las representaciones de los escritores y de los artistas que la mera referencia al campo literario o artístico no permite explicar del todo...(Bourdieu 1997, 50).

de quienes usan y usufructúan de forma preferente el paisaje urbano, mismos que se vinculan al campo del poder.

Las estructuras del espacio social se reproducen a través de las disputas por las distintas formas de capital en todos los campos de la actividad humana. Dichas estructuras determinan de varias maneras a los agentes sociales que se desarrollan en el espacio social. Sobre todo porque preceden al individuo, a la vez que, como estructuras se reproducen socialmente en la forma de valores materiales y simbólicos, por medio de distintos tipos de herencia (como en las ceremonias de investidura), aunque también se ganan a lo largo de la vida a través de las relaciones sociales e inversiones de tiempo y de trabajo. Las estructuras referidas son clasificadoras y tiene una influencia determinante en las instancias formativas de la vida social (familia, grupo de pares, escuela), cuyo efecto es la generación de esquemas de percepción que se manifiestan en sistemas de diferenciación del mundo material y simbólico.

No obstante, a pesar de la determinación de la estructura, los agentes sociales tienen un poder de estructuración. Para explicarlo Bourdieu, acuñó el concepto de *habitus*, mismo que define como una: “estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el *habitus* es también estructura estructurada; el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales”(Bourdieu 1991, 170). El *habitus* es a la vez principio de clasificación y principio de diferenciación expresado a través de las prácticas de producción y consumo.

Basado en la teoría de Bourdieu, Lee (1997, 132-133) observó que el *habitus* es un principio generador de la acción, y una capacidad infinita para generar productos, pensamientos, percepciones, expresiones, cuyos límites son fijados por las condiciones objetivas de existencia e historia personal. Por lo que en representación del objeto de investigación que se construye, se reconoce que los agentes sociales del campo de producción visual referido, tienen capacidades de creación que son gobernadas por el concepto de *habitus* y la teoría de los capitales de Bourdieu. A la vez que, es importante reconocer que los agentes sociales actúan motivados por las disposiciones del *habitus*, aunque éste no llega a determinarlos del todo. Estos son los límites de la agencia social en la teoría de Bourdieu.

Adicionalmente, con el concepto de *hexis corporal* Bourdieu explica que las estructuras sociales se encuentran subjetivadas tanto en la estructuras mentales (*habitus*) como en las disposiciones corporales, por lo que se expresa a través de gestos, sentimientos y otras condicionantes: “El reconocimiento práctico a través del cual los dominados contribuyen, a menudo sin saberlo y a veces contra su voluntad, a su propia dominación al aceptar tácitamente, por anticipado, los límites impuestos, adquiere a menudo la forma de la emoción corporal (vergüenza, timidez, ansiedad, culpabilidad), con frecuencia asociada a la impresión de regresar hacia relaciones arcaicas, las de la infancia y el universo familiar” (Bourdieu 1999, 224).

En el acercamiento empírico al campo de producción visual en la ciudad de Tijuana, ha sido revelador encontrar que en varios casos al hacer graffiti, los agentes juveniles, en particular los *taggers*<sup>16</sup>, asumen una posición de infractores, manifestado en la *hexis corporal* como nerviosismo, timidez (no sostienen la vista frente al entrevistador), como si al entrevistarlos se les estuviera enjuiciando. Por el contrario, los policías empuñan la mano y sostienen el índice y hacen ademanes como si estuvieran impartiendo órdenes.

En la teoría de Bourdieu, la práctica social se corresponde con una estructura de posibilidades (condiciones sociales y materiales de producción), en donde los agentes sociales se desarrollan. Metodológicamente, el autor recomienda hacer una genealogía del campo en donde están insertos tanto los agentes sociales, como los productos culturales. El aparato teórico de Bourdieu, también contempla llevar a cabo una construcción socio histórica del campo. A reserva de tener una historia local del graffiti, se presenta una semblanza de cómo esta expresión juvenil se ha ido desarrollado:

No obstante, el campo del graffiti como manifestación clandestina y marginal de agentes juveniles en el paisaje urbano, ocupa una posición subordinada con respecto a otras expresiones que desde la cultura dominante adquieren legitimidad. Desde la teoría de Bourdieu se analizan los modos de legitimación y participación de los agentes sociales (tanto grupos como individuos) al interior de campos específicos, que a su vez se interconectan en el campo del poder. De esta manera, la ciudad se puede representar como un campo social que contiene subcampos y en donde las posiciones dominantes (como el gobierno, la ley y la

---

<sup>16</sup> Sujetos o colectivos juveniles que se disputan simbólicamente el paisaje urbano a través de inscribir firmas, acrónimos y otras formas gráficas, dentro de una dinámica de competencias entre grupos rivales.

empresa), condicionan el resto de las relaciones sociales. Así, las expresiones gráficas en el espacio urbano pueden representar un campo social en donde los agentes que generan mensajes gráficos ocupan posiciones diferenciadas y se disputan los modos de hacerse visibles legítimamente en el paisaje urbano. A manera de capital simbólico y cultural, la legitimidad cobija a los empresarios y políticos que tapizan las calles de la ciudad con publicidad y propaganda. Estos a su vez, están vinculados con el campo del poder y emiten sus comunicaciones desde posiciones privilegiadas cobijadas por modos legítimos de producir mensajes gráficos en el paisaje urbano.

Existen campos sociales para todas las actividades sociales. Entre varios campos de la actividad humana, Bourdieu (1997, 53-71) se interesó por la producción artística, del cuál se retoman las reflexiones hechas a partir del campo literario y al análisis de sus obras. En este ámbito el autor hace un balance de las dos principales posturas: Sobre la lectura interna de las obras (ver tradición estructuralista y formalistas rusos), el autor critica que éstas ofrecen explicaciones universales sin anclajes, ni sujetos históricos, ni relaciones socio económicas de producción, etcétera. Por otro lado, la lectura externa adolece de lo contrario: determinación del contexto, énfasis en el autor, origen, contexto y generación a la que pertenece. Bourdieu, advierte de las limitaciones de ambos extremos y sintetiza sus aportaciones en una teoría unitaria (constructivismo estructuralista), fundada en una relación dialógica entre el producto y el espacio social que lo produce: “el propósito del análisis de las obras culturales consiste en la correspondencia entre dos estructuras homólogas, la estructura de las obras (es decir de los géneros, pero también de las formas, de los estilos, y de los temas, etc.) y la estructura del campo literario (o artístico, científico, jurídico, etc.), campo de fuerzas que indisolublemente es un campo de luchas” (Bourdieu 1997, 63).

Uno de los enfoques con los que se ha querido entender el graffiti ha sido a través de la comparación de esta expresión como una forma de arte. Según Bourdieu (63), las obras culturales, sean éstas graffiti o publicidad, están en constante oposición al interior de un campo de producción. Es por ello que las obras se analizan tomando en cuenta tanto la estructura de la obra, como la estructura del campo dónde se inscriben. Donde a su vez existen reglas de participación que los agentes aceptan en la medida en que, el interés en obedecerlas es superior al interés en desobedecerlas. Con base en su posición en el campo, los agentes luchan por conservarlo o por modificarlo. De esta manera el sentido básico de la

competencia se asocia con la producción, reproducción y circulación de los capitales que caracterizan al campo. En el campo del arte éstos pueden ser bienes culturales y simbólicos.

Bourdieu explica el juego del arte a través de la lucha entre las vanguardias consagradas y las nuevas vanguardias (Bourdieu 1997,66-68). Situación semejante a la construcción social de la frontera entre jóvenes y viejos, en donde según el autor (Bourdieu 2000, 142-143), la categoría juvenil ha sido utilizada para relegar a los jóvenes a una posición marginal cuando lo que está en juego es la sucesión al poder, el patrimonio y los puestos laborales. En este sentido, los adultos ocupan posiciones dominantes dentro del espacio social, mientras que los jóvenes son vistos como pretendientes que apenas ingresan al campo. Este tipo de división también puede ser analizada al interior del campo del graffiti, como en el trabajo de Salazar (2003, 7-23), donde se distinguen los grafiteros dominantes y los novatos que son nuevos en el campo.

El graffiti, como producto cultural expresa una visión del mundo y es huella de la identidad sociocultural del individuo y el colectivo grafitero. El *tagger* se manifiesta a través de expresiones gráficas en la vía pública que portan elementos identitarios como seudónimo, adscripción grupal y estilo. Éstos contenidos son los mínimos indispensables para articular la competencia simbólica entre las culturas juveniles del graffiti. Los sujetos grafiteros pueden rayar de manera solitaria, o en grupo, aunque siempre adscrito al sentido de competencia que caracteriza al campo. En otras palabras la práctica del graffiti adquiere sentido dentro del campo simbólico al que se adscribe. De manera que, las culturas juveniles adscritas a la práctica del graffiti en el espacio urbano, establecen una lógica intragrupal de competencias. Los sujetos adscritos al colectivo, comparten el sentido de una práctica en común. En términos de Bourdieu, comparten el sentido de juego<sup>17</sup>.

Siguiendo a Bourdieu, se retoma que, a través del capital cultural se interiorizan actitudes y valores que se inscriben en el cuerpo y en la mente con base en el *habitus* y la *hexis* corporal. Tomando esto en consideración, se les inculca a los individuos de manera consciente pero sobre todo inconsciente, el respeto a los funcionarios públicos, las leyes, el civismo. Sin embargo, los individuos no están absolutamente determinados, por lo que existe

---

<sup>17</sup> Al interior de los campos, existen reglas de producción y reproducción de los capitales que los agentes aceptan para participar en el campo, el reconocimiento de esta lógica caracteriza el sentido del juego al interior del campo.

la posibilidad de la desobediencia. No obstante lo que recalca Bourdieu es que la acción de los individuos no es producto una toma de conciencia, sino de mecanismos más profundos inscritos en el *habitus*. Por lo que la estrategia que han tomado los taggers, al apropiarse simbólicamente de la propiedad ajena, porque carecen de acceso legítimo a los espacios que utilizan, puede ser vista como formas de insertarse marginalmente en un campo dominado por quienes acaparan el poder económico, cultural, social y simbólico en una sociedad dada y con ello, se apropian del espacio público.

Bourdieu también hace una crítica a la ideología del servicio público, a través de la cual los gobernantes se legitiman, al refrendar su compromiso con la modernidad y sus valores universales. No obstante, frente al descrédito de la labor pública y de sus actores sociales, resulta convincente la definición de la práctica del graffiti como: “una lucha que haga trabajar a funcionarios infuncionales y apropiarse de un mundo que solo nos pertenece en el discurso oficial” (Castillo Berthier 1994). Así mismo, el autor caracteriza a los taggers como: “jóvenes volcados en una rebeldía gráfica o simbólica, <nomás por que sí>, porque no creen en su gobierno, ni en el mundo ni en los colores de una bella civilización que no los ha alcanzado y la retan, al bajar de los cerros sin educación y sin futuro, con su apreciación decadente de la vida, contra la pared, a divertirse para *rayársela* [sic] a todos”.<sup>18</sup>

### **Las formas simbólicas en el paisaje urbano**

Esta investigación se aproxima al contenido simbólico de mensajes gráficos inscritos en el paisaje urbano de Tijuana, y por esta razón hace uso de categorías conceptuales propuestas por teóricos que se interesaron en la forma física de la ciudad. Particularmente aquí se recogen las aportaciones de Kevin Lynch y Aldo Rossi con el objetivo de identificar los elementos del paisaje urbano, particularmente las sendas, los bordes, los barrios y los nodos, entendidos como soportes físicos en donde se presentan las expresiones gráficas que se van a analizar y que en adelante se les llamarán formas simbólicas.

---

<sup>18</sup> *Íbid.*

## La morfología de la ciudad

Kevin Lynch (1985, 11-20) estudia la representación mental del paisaje urbano utilizando el concepto de imaginabilidad<sup>19</sup> que refiere a la capacidad de reconocer y organizar las partes de la ciudad bajo una pauta coherente. Lynch propone que la gente percibe a la ciudad como una totalidad compuesta de elementos reconocibles, mismos que se organizan en la forma de una imagen mental. Consecuentemente los elementos del paisaje urbano son captados sensorialmente y organizados bajo pautas jerárquicas, secuenciales, o través de elementos dominantes.

La aproximación de Lynch (1985, 61-103) sirve para imaginar el paisaje urbano y hacer referencia a las elementos de la ciudad que se incluyen en esta investigación. Los elementos principales que conforman la imagen de la ciudad son:

- **Sendas:** Medio de comunicación y organización del conjunto espacial. Permite el tránsito y la conexión con los demás elementos del paisaje urbano; sugieren diferentes direcciones y recorridos.
- **Bordes:** Separaciones físicas y sociales más o menos permeables, que mantienen los territorios aislados entre sí.
- **Barrios:** Zonas que concentran y dividen a la población, primordialmente de uso habitacional, aunque minoritariamente albergan usos comerciales.
- **Nodos:** Puntos estratégicos de la ciudad, donde convergen una o varias actividades, conectan con sendas, y pasan de una estructura espacial a otra. Su carácter físico, situación estratégica y concentración, los vuelven sitios que ejercen una gran influencia en el paisaje urbano.
- **Sitios de referencia:** Rasgo de alta notoriedad en el paisaje urbano, de escala variable; incluye torres, iglesias, montañas, a la vez que pequeños establecimientos, letreros, o particularidades locales, como un tiradero de llantas, etc.

---

<sup>19</sup> “El concepto de imaginabilidad no denota necesariamente algo fijo, limitado, preciso, unificado u ordenado regularmente, si bien puede tener a veces estas cualidades. Tampoco significa que se trate de algo patente al primer vistazo, evidente, claro, simple. El medio ambiente total que hay que modelar es sumamente complejo, en tanto que la imagen evidente aburre a poco y sólo puede destacar a unos cuantos rasgos del mundo vivo”. (Lynch 1985, 20).

Lynch clasifica los elementos que conforman la imagen de la ciudad en fijos y móviles. Su análisis, presta mayor atención a los elementos fijos —pertenecientes a las categorías anteriormente señaladas—, sin pasar por alto que varios aspectos de vital importancia en la experiencia urbana son provocados por elementos móviles, mismos que dan un carácter cambiante al medio ambiente. Por ejemplo, la percepción sensorial de un paisaje urbano puede cambiar de tiempo en tiempo y en distintos intervalos —tanto en el transcurso de un día, como a través de los años—, lo que obliga al usuario de la ciudad a ir adaptando la imagen mental del medio ambiente cambiante. Entre los elementos móviles del paisaje urbano están los componentes medio ambientales como la luz y el clima, a la vez que, elementos físicos como: las fachadas, los anuncios, los medios de transporte, además de las personas y las actividades que ésta realizan<sup>20</sup>. Por consiguiente, el paisaje urbano se caracteriza tanto por su transitoriedad, así como por su permanencia.

Esta investigación considera a las formas simbólicas como elementos móviles en el paisaje urbano. Por ejemplo, las campañas publicitarias que se imprimen y se instalan en carteleras o parabúses, se están cambiando temporalmente entre una campaña y otra. Las campañas políticas también se presentan en estos medios, además de volantes, calcomanías y muros. Los últimos ejemplos, resultan interesantes, pues después de una campaña política, éstos dejan de ser útiles como medio de promoción y quedan como permanencias en el paisaje urbano. Los carteles viejos y los rótulos expirados se acumulan como substratos sígnicos pertenecientes a diferentes tiempos en el devenir de la ciudad.

La aproximación de Lynch al estudio de la ciudad es de orden psicológico y social. En consecuencia la imagen mental que un individuo genera es el resultado de la interacción entre él y el medio ambiente urbano que observa. En cambio, las imágenes colectivas son el resultado de la superposición de muchas imágenes individuales, una especie de consenso entre observadores que comparten ciertas características. Aunque Lynch no explica de qué manera se generan las imágenes colectivas, supone que el porcentaje de variación entre la percepción individual y la percepción colectiva disminuye en la medida en que se distribuye a los observadores en categorías homogéneas con relación a edad, sexo, cultura, ocupación, temperamento y familiaridad (Lynch 1985, 15).

---

20

Los transeúntes somos parte del escenario de la ciudad: “No somos tan sólo observadores de este espectáculo, sino que también somos parte de él, y compartimos el escenario con los demás participantes” (Lynch 1985, 10).

Un planteamiento similar permite suponer que si la percepción colectiva puede ser compartida entre individuos que tienen características socioculturales similares, lo que significa que también la percepción puede ser discordante en la medida que crecen dichas diferencias. Ello puede explicar porque un mismo paisaje significa cosas distintas para diferentes observadores.

En el sentido más pragmático, Lynch se interesa por que el usuario de la ciudad pueda elucidar una imagen mental nítida que sirva de referencia para orientarse y desarrollarse al interior de la urbe. La posibilidad de que un observador cualquiera pueda identificar y estructurar una imagen mental del medio que lo rodea, depende de sus capacidades psicosensoriales, así como de un entrenamiento sociocultural que le permita asignar significados a los objetos percibidos. Esto indica que la imagen ambiental puede analizarse conceptualmente en tres partes: estructura, identidad y significado. No obstante el estudio de Lynch se concentra en los primeros dos aspectos y suponiendo de que si éstos aparecen claros, el significado asociado a un espacio determinado se reforzará: “La imagen de los rascacielos de Manhattan puede representar vitalidad, poder, decadencia, misterio, congestión o lo que se quiera, pero en cada caso ésa nítida representación cristaliza o refuerza el significado” (Lynch 1985, 18). En este sentido la categoría simbólica es secundaria en su análisis.

### **El paisaje urbano**

En la década de los noventa, Sharon Zukin (1991, 3-54) sintetizó bajo el concepto de paisaje, las contradicciones e inequidades del desarrollo económico y sociocultural expresado en el entorno físico de las ciudades contemporáneas. Para Zukin, el paisaje, no sólo *denota* el significado usual de "medio ambiente físico", también refiere a un conjunto de prácticas sociales y representaciones simbólicas que median entre la diferenciación socio-espacial impuesta por el mercado y la homogeneidad socio espacial sugerida por el lugar. En un sentido particular el paisaje es arquitectura que refiere a diferencias de clase, género, o raza impuestas desde las posiciones de poder. No obstante, en un sentido más amplio, connota todo el panorama visible: tanto el paisaje de los poderosos —catedrales, fábricas, y rascacielos—, como el paisaje subalterno, vernáculo, resistente, y expresivo —en barrios capillas, chabolas y viviendas (Zukin 1991, 16).

Además, el concepto de paisaje denota referencias visuales. Por ejemplo en el arte de occidente el paisaje refiere a la pintura de escenarios naturales. Aunque desde el siglo XIV, en vez de representar lugares particulares, sirvieron para simbolizar el orden, moral, social o religioso imperante. Lo mismo en el siglo XVIII, los pintores agradaron el gusto de la aristocracia y la burguesía, representando el entorno rural, ya sea como sembradíos, propiedades o lugares de industria. Por consiguiente el concepto de paisaje también implica representación simbólica.

El concepto paisaje también connota la oposición entre poder y subalternidad, sobre todo porque las instancias del poder (político y económico) tienen una importante capacidad para imponer su visión del paisaje, menguando, modificando y desplazando las expresiones vernáculas (paréntesis mío). Por todo lo anterior, Zukin propone que el paisaje es una poderosa herramienta de análisis cultural.

“*Capital creates and destroys its own landscape*”, con esta frase David Harvey sintetiza las contradicciones del desarrollo económico en la modernidad tardía. En particular hace referencia a los procesos de gentrificación que van acompañados de un mayor control sobre lo público y lo privado, a la vez que dichos procesos conviven con el empobrecimiento y el desempleo, como signos del malestar económico de grandes sectores de la población (Harvey 1989, 265).

### **Locus y geosímbolo**

Se había adelantado en Rossi (1981), la importancia de estudiar las cualidades específicas del área a estudiar; siendo la ciudad de Tijuana el área estudio y el paisaje urbano el interés de esta investigación, sigue reconocer su carácter particular. El concepto *locus* (referido al lugar), sirve para explicar la singularidad del emplazamiento de ciertos proyectos civilizatorios. Por ejemplo, la localización de Tijuana, corresponde a una situación orográfica peculiar: sobre el lecho de un río, frente a una bahía, en un valle, etcétera. Todos los atributos mencionados son valores intrínsecos del paisaje natural — anteriores a la demarcación territorial de los estados modernos—, y una vez reconocidos por la cultura humana fueron apropiados y antropizados. Aquí se introduce el concepto de geosímbolo: “un accidente geográfico que por razones políticas, religiosas o culturales reviste a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad”

(Bonnemaison, citado en Claval). En el caso de Tijuana se puede citar al Cerro Colorado, anteriormente denominado Ticúan, vocablo nativo que remite a la imagen de tortuga.

### **El *habitus* del lugar**

Con el objetivo de explicar la permanencia de disposiciones a responder de manera singular a circunstancias sociales, económicas y políticas, históricamente definidas, Lee (1997, 126-141) adapta el concepto de *habitus* de Bourdieu, al espacio geográfico y propone el *habitus* del lugar (*place*). Dicho concepto pone de manifiesto que cada ciudad porta un carácter cultural que las diferencia de otras ciudades. Por ejemplo Tijuana comparte con muchas otras ciudades parcialmente integradas al sistema mundo, los rasgos lo que se ahora se llaman ciudades globalizadas. En dicho contexto, el concepto de *habitus* explica cómo la cultura local adapta las tendencias globales, conservando los aspectos constitutivos de su identidad (Lee 1997, 132). El análisis cultural del *habitus* de Tijuana, rebasa los límites de esta investigación. No obstante en el siguiente capítulo se hace una descripción de cómo se fue conformando el paisaje urbano de la ciudad que en adelante se estudia

### **Estado del conocimiento**

El graffiti aparece en distintas formas en las ciudades contemporáneas, sin embargo el antecedente que mejor explica las características del graffitismo que se propone estudiar, surge a finales de los años sesenta del siglo XX en Nueva York, siendo el verano de 1971<sup>21</sup> el momento en que llamó la atención a periodistas, autoridades locales, y en un segundo momento a historiadores de arte, sociólogos e investigadores. El estudio de Castleman (1982) en el metro de Nueva York, atestigua que el graffiti empezó fundamentalmente como “tagerismo”<sup>22</sup>, y que la propia competencia del medio obligó a los escritores de graffiti a sofisticar el trazo y en poco tiempo, las formas del graffiti evolucionaron en estilos, incluso

---

<sup>21</sup> El primer artículo respecto al tema se publicó en el *N.Y. Times*, el 21 de julio de 1971, dentro de los individuos entrevistados destaca “Taki 183”, quien había rayado su marca por toda la ciudad. El joven de 17 años opinó que: (*el graffiti*) no le hace daño a nadie. Yo trabajo, y también pago impuestos. ¿Por qué van tras el agente pequeño? ¿Por qué no, se van sobre los organizadores de campañas que ponen calcomanías por todo el metro en tiempos de elección?”<sup>21</sup>. Es interesante que el sujeto implica que la publicidad y la propaganda tienen el campo abierto para desplegar sus mensajes.

<sup>22</sup> Hacerse de fama y reconocimiento a través de la repetición de la firma inscrita en el paisaje urbano en el mayor número de veces y lugares.

de colores, rellenos, ilustraciones y representaciones tridimensionales. Esta competencia entre escritores de graffiti con alto grado de desarrollo se le llamó: “Guerra de Estilos<sup>23</sup>”.

Anteriormente, en el área fronteriza de las Californias, se conoció el graffiti del cholo<sup>24</sup> denominado placazo (Valenzuela 1988, 92-94). Este tipo graffiti se vincula al anhelo individual de reconocimiento, pero sobre todo es muestra de adscripción al barrio. El placazo se utiliza para marcar los límites territoriales de adscripción al barrio y es un vehículo de articulación de rivalidades entre grupos juveniles. En consecuencia, el graffiti cholo está fuertemente territorializado<sup>25</sup>.

Para Reguillo (2000) el barrio es un lugar de adscripción territorial, que hasta hace un par de décadas, fue el epicentro de las prácticas culturales de las bandas juveniles adscritas al territorio. Anteriormente, Reguillo (1991, 179-193) estudió los usos sociales de la comunicación, en jóvenes de sectores marginales de Guadalajara y analizó entre otros productos de la comunicación, los placazos del grupo juvenil del barrio Olivos a través de un análisis semiótico. Reguillo (1991, 29), expone que el espacio urbano, es un lugar donde se sitúan distintas prácticas y donde las coerciones del poder —imbricadas en la vida social—, adquieren un carácter de resistencia expresado de manera implícita o explícita por los actores sociales involucrados en las relaciones de poder.

Los *taggers*<sup>26</sup> de Tijuana, grupo juvenil que propongo estudiar, decide a principio de los años noventa del siglo XX, abandonar el territorio del barrio, en parte porque —según un informante— la ubicación en sitios específicos, los hacía vulnerables frente a la policía. Conjuntamente, al desplazarse hacia distintos puntos de la ciudad evitaron enfrentamientos

---

<sup>23</sup> *Style Wars*, también es un documental fílmico de la edad de oro de la creatividad juvenil en la calles de Nueva York a principios de los 80 del Siglo XX. Documenta principalmente los estilos juveniles del graffiti, aunque también registra a raperos y bailadores de break dance. *Style Wars*, dirección Tony Silver y producción Henry Chalfant; fue galardonada con el Gran Premio de Documental en el Festival de Cine Sundance en 1983; es considerado como el documento indispensable de la cultura de la calle Nueva York de principios de los 80; el registro fílmico de una edad de oro de la creatividad juvenil que explotó en el mundo desde una ciudad en crisis.

<sup>24</sup> El cholo es un término ancestral presente en cultura mexicana y que es recuperado a mediados de los setentas por jóvenes de las ciudades fronterizas mexicanas para autodefinirse y asumirse como jóvenes pobres (Valenzuela 1988, 55-60). El término también es utilizado en Estados Unidos, aunque presenta diferencias fundamentales con su expresión del lado mexicano (Valenzuela 1998, 261-262).

<sup>25</sup> *Ibid*, p. 92-94.

<sup>26</sup> Adscripción juvenil de escritores clandestinos que hacen graffiti;

violentos con otros grupos juveniles. De esta manera, los *taggers*<sup>27</sup> dejaron atrás la lógica de adscripción barrial y canalizaron los enfrentamientos juveniles a través de batallas simbólicas, situación que ha repercutido en la disminución de los índices de violencia en este grupo juvenil (Valenzuela 1997, 92). Para los *taggers*, la ciudad es un nuevo espacio de disputa simbólica.

El estigma que porta el graffiti tagerista es estudiado en Ciudad Juárez a partir de las visiones encontradas entre autoridades, medios de comunicación y culturas juveniles vinculadas al graffiti (Castro 2004). La investigación concluye que la percepción jurídico penal, es la más apoyada por autoridades, mismas que ven al graffiti como un delito. No obstante, el mayor aporte de dicho trabajo es la demostración de la dinámica sociocultural entre los grupos de jóvenes que hacen graffiti. Esta se describe de la siguiente manera: “comportamientos socioculturales retadores y de satisfacción de necesidades de logro, reconocimiento, autoafirmación y poder”.<sup>28</sup>

Este tema también fue analizado en Mexicali Baja California, capital del Estado donde se legisló en contra del graffiti<sup>29</sup>. No obstante, las medidas instauradas por el gobierno no han impedido que se siga produciendo graffiti de manera clandestina. Esta situación se explica en términos de que, los jóvenes insertos en la práctica del graffiti callejero buscan alcanzar notoriedad, “levantarse”<sup>30</sup> en el slang del graffitista. En opinión de Ovalle (2005, 23): “Pintar en una ciudad con mayores penalidades puede constituir un elemento importante para obtener el reconocimiento en el mundo del graffiti a nivel nacional, regional e institucional.” A finales de los setenta, en Nueva York los colectivos juveniles de escritores de graffiti se agruparon sobre todo bajo el género masculino para demostrar sus habilidades y exaltar la virilidad (McDonald 2001, 97) Este tipo de graffiti se asoció con prácticas que requerían afrontar riesgos y peligros, así como demostración pública de actitudes competitivas y agresivas. Dichas

---

<sup>27</sup> Sujetos o colectivos juveniles que se disputan simbólicamente el paisaje urbano a través de inscribir firmas, iniciales y otras formas de expresión gráfica, dentro de una dinámica de competencias entre grupos rivales.

<sup>28</sup> *Ibid*

<sup>29</sup> Antes del 11 de junio de 2003, las penas por realizar graffiti en propiedad privada consistían en faltas administrativas, sin embargo, tras la promulgación de la ley anti-graffiti en el Código Penal del Estado de B.C., el graffiti se equipara al delito de daño en propiedad ajena y contempla penas de tres a seis años de cárcel y multas equivalentes hasta por 300 salarios mínimos. Periódico Frontera, 12 /junio/2003.

<sup>30</sup> *Getting up*, en inglés (Castleman 1982, 21)

prácticas se relacionaron social cultural e históricamente con la masculinidad; y en el graffiti se utilizaron para ganarse el respeto de los demás. Es decir, entre los grafiteros la masculinidad exaltada se convirtió en categoría del *status*. En este sentido, la práctica del graffiti fue un medio para la construcción social de la masculinidad. Por consiguiente, en vez de entender el acto ilegal del graffiti, como una conducta desviada, éste puede ser entendido como una conducta deliberada y funcional.<sup>31</sup>

Entre los diferentes puntos de vista en torno al graffiti, como las que asocian a ésta expresión con marginalidad y delincuencia, el análisis de McDonald (2001) se concentró en los significados que se generan cuando el graffiti se practica, desde la posición diferenciada del género. . A través de entrevistas y trabajo de campo, constata que el graffiti es transclasista y no puede ser definido por un único rasgo de inclusión identitaria.<sup>32</sup> Sin embargo McDonald se cuestiona ¿Por qué esta cultura atrae sobre todo a los hombres y no a las mujeres? Por ello en parte su investigación se dedica también a analiza cómo las mujeres se insertan en culturas primordialmente masculinas.

McDonald (2001, 127-150) comenzó el análisis de la participación de mujeres en las culturas masculinizadas del graffiti entrevistando a Lady Pink, quien es considerada una de las mujeres pioneras en el universo cultural del graffiti. Según Pink, para participar en esta cultura, tuvo que aceptar las reglas del juego que han sido preestablecidas como un sistema de retos que tiene por objetivo resaltar la virilidad de los participantes. Lo interesante de Lady Pink, es que jugó en un terreno dominado por hombres, y tuvo que cumplir con atributos característicos de la construcción sociocultural de lo masculino.<sup>33</sup> Por lo que las mujeres como Lady Pink, que incursionaron en el mundo del graffiti, adquirieron una identidad alternativa y transgresora.

Por otro lado Cruz (2007, 6-25) analizó la autopercepción y heteropercepción en torno a los jóvenes grafiteros de Ciudad de México. La mirada desde adentro, es construida a través del análisis de trayectorias, que le permiten ver las formas de agrupación, de reproducción de prácticas, valores, jerarquías, permanencias y volatilidades de los integrantes de estos grupos juveniles, cuyas identidades son flexibles y cambiantes. Destaca que el graffiti es una actividad dominada por el género masculino; a pesar de que existen mujeres en el graffiti, éstas ocupan posiciones subordinadas debido a que la presencia

---

<sup>31</sup> *Íbid.*

<sup>32</sup> *Íbid.*

<sup>33</sup> *Íbid.* p.131.

femenina no es amplia.<sup>34</sup> En las colonias donde son oriundos, las miradas de los vecinos, rechazan a estos grupos juveniles, lo mismo que los padres de familia.<sup>35</sup> Las iniciativas institucionales y parroquiales intentan copar y encauzar dichas expresiones, y a pesar de que los jóvenes participan en los eventos a los que se le convoca; esto no significa que abandonen los valores y el sentido que ellos otorgan a las prácticas del graffiti.

Cruz (2007), también analiza las adscripciones identitarias de los grafiteros de la Ciudad de México, incluyendo una mirada etic y emic. La primer parte del análisis se concentra en los significados sociales desde la mirada de los individuos que participan en la cultura juvenil del graffiti. A través de este enfoque, confirma que al interior de la comunidad de grafiteros se dan identificaciones heterogéneas, a su vez, el lugar que ocupa un individuo cualquiera dentro de la cultura, puede ir cambiando a medida que avanza en su trayectoria como grafitero.

La segunda parte del análisis, recupera atisbos de miradas desde afuera, por un lado presenta una exploración de la mirada de “los otros inmediatos”, representados por identidades juveniles subalternas: darks, punks y rastafaris, mismas que descalifican a los grafiteros porque no comparten los valores que son importantes para las otras identidades juveniles. En esta sección también explora las miradas referidas por “los otros hegemónicos”, conformados por las opiniones de padres de familia, la sociedad en general y la policía.

La investigación de Cruz ofrece, 5 tipos ideales organizados en opuestos binarios, para describir las identificaciones o los lugares que ocupan los grafiteros dentro de las trayectorias juveniles que se dan en el graffiti de Ciudad de México.

1. el chafa frente el cabrón,
2. el cotizado frente al solidario,
3. los vándalos contra los artistas,
4. el novato frente al veterano,
5. las chicas contra los chicos,

Las categorías presentadas sirven para el análisis de las identificaciones presentes de las culturas juveniles del graffiti. A su vez, éstas encarnan en personas concretas que participan en la cultura a estudiar. Los hallazgos de Cruz no niegan el valor que tiene para el

---

<sup>34</sup> *op. cit.* 13

<sup>35</sup> *op. cit.* 18-19

individuo la pertenencia al colectivo grafitero. En otras palabras, sólo se adquiere alguna de éstas identificaciones perteneciendo a la red de grafiteros que comparten un sentido común de la práctica del graffiti. Incluso para los grafiteros solitarios que no pertenecen a un *crew*, el valor generado por sus producciones, sólo puede ser reconocido íntegramente en los ojos de otros grafiteros. Finalmente Cruz (2007, 23) propone que los elementos culturales que otorgan significado a las adscripciones identitarias en el graffiti son: talento, trayectoria, reconocimiento y pertenencia al colectivo.

Para la mayoría de los jóvenes entrevistados por Castro 2004 (de una muestra de 447 infractores juveniles, internos en la Escuela de Mejoramiento Social para Menores en Ciudad Juárez por hacer graffiti), la dinámica de competencias entre los colectivos juveniles que producen graffiti, se describe de la siguiente manera: “comportamientos socio-culturales retadores y de satisfacción de necesidades sociales de logro, reconocimiento, autoafirmación y poder”. Este estudio coincide con Valenzuela (1997,91), en excluir como elementos causales de las conductas referidas, a las explicaciones provenientes de las teorías de la desviación social (procedencia de familias desintegradas, faltos de afectos, etcétera), por el contrario, las estadísticas del centro en dónde trabajó arrojan que, el 56% de los jóvenes internos viven con sus padres y el 35% con madre soltera; a su vez la ocupación de los padres en un 84% es empleados, comerciantes y obreros. Además el 63% de los jóvenes entrevistados por Castro 2004, son estudiantes de educación secundaria y preparatoria, de situación económica estable, algunos hijos de profesionistas. A pesar de las diferencias con Ciudad Juárez, la información socioeconómica proveniente de los grafiteros entrevistados en Tijuana, coincide con los anteriores en que éstos provienen de familias con suficiente solvencia para impulsarlos a través de la educación media y media superior.

La literatura anteriormente reseñada se ha concentrado en los aspectos de la gestación del fenómeno del graffiti a manera de historia cultura de la juventud, describiendo sus particularidades contextuales. Otros estudios, han abordado los nexos entre cultura juvenil y criminalidad, tal es el caso de Castro 2004. A la vez que otros trabajos han enmarcado al graffiti como un elemento simbólico del paisaje urbano, o el espacio público. Entre otros destaca, el estudio de Silva (1993, 89-90) quien ha descrito al graffiti urbano desde la condición externa del observador, proporcionando una serie de categorías que funciona como valencias. Según el autor, la inscripción de tipo graffiti debe cumplir y combinar alguna de

las siguientes valencias: marginalidad, anonimato, espontaneidad, escenicidad, precariedad, velocidad y fugacidad. Aquí Silva se refiere, tanto a la leyenda obscena y de humor, como a la consigna política, como instrumento de lucha “supicaz” y “efectivo”, frente a los regímenes autoritarios de la América Latina.

Gaytán (2000, 79) analizó el graffiti de los últimos 20 años en la Ciudad de México y lo definió como “la producción ética y estética de lenguajes, técnicas y comportamientos juveniles que resisten a los procesos de privatización del espacio urbano”. Para Gaytán, el graffiti es una expresión de oleadas de jóvenes submetropolitanos que comportan y externalizan elementos de identidad, destacándose entre ellas el graffiti textual de las bandas juveniles de los 80s, el anti-arte de los taggers en los noventas y la mezcla de estilos e influencias del graffiti-arte del año 2000.

Por último, en los trabajos identificados, el graffiti es considerado una expresión preponderantemente juvenil, que se presenta en el paisaje urbano, no obstante, dichos trabajos han aislado al graffiti de otras formas simbólicas que se presenta en la ciudad. Si bien el graffiti difiere de otras formas simbólicas en tanto que es realizado de manera clandestina y por mano del propio grafitero, no por ello se le puede excluir del universo de expresiones gráficas que se producen en el paisaje urbano, donde se presentan otras expresiones gráficas, que forman parte del contexto de producción visual de la ciudad contemporánea.

### **Graffiti como producto cultural**

Graffiti es un vocablo de origen grecolatino, por un lado, *graphien*, de raíz griega, refiere al acto de trazar o dejar huella, por lo que implica acciones como el dibujo o la escritura. Por otro lado, el vocablo latín *graffiare*, significa de manera general marcar o garabatear. Los antecedentes remotos del estudio del graffiti se encuentran en el trabajo de Tanzer (1939), que como arqueóloga se interesó por las inscripciones marcadas en las paredes de la antigua ciudad de Pompeya.<sup>36</sup> Además fue desde la arqueología que se empezó a utilizar el vocablo latín graffiti, para referirse a las representaciones gráficas del tipo escritura, boceto o garabato, hechas por grupos humanos o culturas del pasado, sobre todo en las ciudades antiguas o *polis*. El graffiti pompeyense apareció en habitaciones y en

---

<sup>36</sup> Ver “*The Common People of Pompeii: A Study of the Graffiti*”, Helen Tanzer 1939.

exteriores, y fue practicado tanto por hombres poderosos como por sirvientes.<sup>37</sup> En general, el término graffiti se aplica a cualquier inscripción hecha por propia mano, con un objeto que deje marca sobre una superficie. Hoy en día, el término se utiliza para denominar inscripciones autógrafas, mensajes de amor, frases lúdicas y dibujos realizados en la vía pública.

Nuestras ciudades, son herederas de la modernidad, que introdujo la separación y especialización funcional del espacio. Primero en el espacio doméstico, la casa deja de tener uso mixto, (como taller gremial y como habitación) y aparecieron las fábricas. Posteriormente viene el ordenamiento del espacio urbano, junto a la subdivisión de los edificios para uso específicos (González 1998, 9-12). La configuración espacial devino en una suave dominación de las voluntades humanas y un decremento de la coerción física en el ejercicio del poder.<sup>38</sup> Aunado a ello, Foucault observa que en el siglo XVII la dominación se basa en el modelo jurídico, que implementa mecanismos de prohibición y censura.

Según González Ordovás (1998), la distinción de los usos del espacio físico, generó un código de estructuración social que es afín a la sociedad burguesa y la ciudad capitalista. Dicho código está vertebrado por modos de producción, a los que los habitantes se integran de manera desigual. En este sentido, los urbanitas pueden ser: asimilados, disponibles y errantes (Reguillo 1991, 31); además los que carecen de casa o empleo fijo, pueden ser considerados como una aberración del sistema (González Ordovás 1998), muestra de ello es que en la Francia del XIX, la mendicidad fue considerada un crimen contra la paz pública<sup>39</sup>. Otro aspecto de la ciudad moderna es que se asocia con modelos racionales y de planeación del espacio. Para Lefebvre (1974, 38), dicha ciudad ha sido concebida mentalmente por planificadores y urbanistas por lo que desde la visión de éstos agente sociales, los problemas de la ciudad son problemas de diseño.

El graffiti es un concepto que abarca a cualquier trazo subrepticio presente en la ciudad. Silva (1993, 89) define al graffiti urbano como una escritura perversa, que subvierte el orden (social, cultural, moral, lingüístico), porque en el acto de escribir lo “indecible” encuentra su legitimidad, como el graffiti denominado “*latrinalia*”, que aparece en los baños

---

<sup>37</sup> Del trabajo de la arqueóloga Rebecca Benefiel en *Uncovering the Graffiti of Pompeii*.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.

públicos<sup>40</sup>. También desde este punto de vista, el graffiti es una expresión que se asocia a prejuicios culturales que le atribuyen un estigma vinculado con la marginalidad, la ilegalidad y la delincuencia.

En la investigación que se presenta, se excluye estudiar otros tipos de graffiti, puesto que no representan una actividad organizada, a diferencia del graffiti del grupo juvenil estudiado. Dicho graffiti se articula a una red de competencias, habilidades y significados de culturas juveniles en la que ésta expresión cobre parte central de la representación individual y colectiva de los jóvenes que se adscriben a las prácticas de significación del paisaje urbano.

Finalmente, el graffiti ha sido objeto de múltiples trabajos de investigación, no obstante en la mayoría de ellos, ha sido aislado de otras expresiones gráficas que se producen al interior de la ciudad, y si bien el graffiti difiere de éstas en tanto que es realizado de manera clandestina y por mano del propio grafitista, no por ello se le puede excluir del universo de formas simbólicas que se producen y exhiben en el paisaje urbano.

### **Publicidad y propaganda como productos culturales**

El término publicidad describe actividades de divulgación de anuncios de carácter comercial para vender servicios, productos o ideas. Por otro lado, la propaganda se entiende como la difusión de ideas e información, con el fin de convencer a la ciudadanía de causas políticas, religiosas o ideológicas. En resumen es una actividad proselitista, propia de las campañas de sufragio en nuestra sociedad. Los medios materiales con que se presentan la publicidad y la propaganda son varios y se caracterizan por el uso de sistemas técnicos de amplificación, propagación y reproducción de contenidos. En palabras de Raymond Williams (1994, 89), dichos sistemas están relacionados a los campos de poder político y económico de la siguiente manera:

“La imagen visual simbólica y reproducible se convirtió en un modo de definir un área social de crédito o poder. En el caso del imperio político, la producción y reproducción decisivas de un área de poder se realizaba por supuesto por otros medios (militares y políticos), aunque en el nivel de la reproducción, el uso de imágenes reproducibles de autoridad llegó a ser muy importante y ha seguido siéndolo. En el caso del comercio en expansión, la imagen reproducible como moneda de un país (con frecuencia impresa en un material de valor intrínseco) se tornó decisiva en la reproducción de las relaciones de intercambio y fue

---

<sup>40</sup> Ver “*Bathroom Graffiti*”, de Mark Ferem y Amir H. Fallah. E.U. Mark Batty Publisher 2007.

también un factor dominante en la producción de nuevos tipos de comercio. En ambos casos, la imagen reproducible era todavía fundamentalmente una función de las relaciones políticas y económicas.”

En resumen, la publicidad y propaganda en la ciudad, se vinculan a los poderes políticos y económicos y se presentan a través de formas reproducidas en medios impresos como volantes, calcomanías, carteleras y espectaculares, así como en medios de reproducción manual y mecánico como rótulos pintados sobre bardas, mantas, pancartas, etcétera.

### **Productores visuales**

Los productores visuales, son agentes sociales que inciden en la producción simbólica del paisaje urbano. Para llevar a cabo la investigación se entrevistaron a personas relacionadas con la producción de graffiti, publicidad y propaganda en Tijuana. Éstos cumplieron los criterios establecidos para ser incluidos en esta investigación. A saber, participar en la producción de gráficos contemplados en esta investigación y pertenecer a los grupos que los producen.

En Tijuana, el tag es la expresión primigenia del grafitismo, generalmente es el seudónimo de un grafitista, aunque también se puede acompañar de iniciales de su colectivo. Por ejemplo SHENTE (seudónimo), H.E.M. (colectivo). La escritura de tags tiende a la estilización del trazo, acompañado de efectos de pintura. Los escritores que desarrollan estas habilidades participan en la “guerra de estilos”, elevando el nivel de la batalla simbólica con formas gráficas más sofisticadas. La segunda dimensión es importante porque cruza el intersticio entre la legalidad e ilegalidad, adquiriendo reconocimiento público, ya sea de quien puede apreciar un buen trabajo pintado en calle, o de quién presta su barda para que sea pintada. Actualmente el graffiti ha sido reconocido como forma artística válida y se ha insertado dentro de instituciones legitimadas y legitimadoras como el museo, la galería de arte.

### **Universo de estilos en el graffiti**

En el graffiti de Tijuana el universo de posibles estilísticos es amplio y tiene una valoración diferenciada entre los colectivos de grafiteros. A continuación se presenta la lista de todos los estilos que se reconocieron en el trabajo de campo, acompañados de una breve descripción:

1. *Tag*: Expresión mínima que articula la disputa simbólica entre los grafiteros. Pueden ser letras rudimentarias hasta caligrafías complejas.
2. *Lista*: agrupación de seudónimos de quienes rayaron en un sitio específico, remata con el nombre del *crew*. En las cornisas, se escriben de manera invertida para que se lean de izquierda a derecha desde la calle.
3. *Doble*: graffiti con delineado o relleno, generalmente a dos colores, puede ser seudónimo de un escritor, nombre del *crew* o ambos.
4. *Throw up*: doble realizado a la carrera. También les dicen guacaras, guacareados o vomitados, a partir de la traducción del anglicismo *throw up*.
5. *Bomba*: doble o *throw up*, realizado de manera clandestina.
6. *Pieza*: expresión gráfica, generalmente letras con volumen y formas estilizadas, puede realizarse con varios colores y efectos de pintura.
7. *Letras originales*: alfabeto gráfico realizado por un escritor como muestra del estilo particular.
8. *Caracteres*: son los dibujos que acompañan a las piezas, generalmente son personajes caricaturizados, pero también figuras antropomórficas, animales, plantas, objetos, símbolos y retratos.
9. *Rolling tag*: es hacer *tags* con rodillo y pintura, también se dice rodillazo.
10. *Scratch*: rayar vidrios de manera clandestina con puntas de diamante o con ácidos.
11. *Tresdé*: representación bidimensional que se apoya en efectos de perspectiva y claro oscuro para generar el efecto de representación tridimensional.
12. *Producciones*: trabajos realizados de manera individual o colectiva que buscan el reconocimiento público como expresión artística. Incluye varios de los elementos señalados.
13. *Esténcil*: Forma gráfica en positivo o negativo, que resulta del uso de un aerosol sobre una matriz con hoyos que dejan pasar el rocío de la pintura. Se aplican directamente sobre la pared o sobre papel.
14. *Pegas*: calcomanías o carteles originales, realizados por grafiteros o grafistas para intervenir el mobiliario urbano y el paisaje.
15. *Mensajes*: Expresión verbal escrita, que complementa los seudónimos o los nombres de *crews*, cumplen varios fines, hacia adentro de las culturas del graffiti, sirven como autoproclamaciones, dedicatorias, algunos se abrevian en siglas, otros más son libres y hacia afuera son enunciados de fácil lectura para el público en general.

**Cuadro 1.1: Universo de estilos del graffiti**



Elaboración propia a partir de archivos fotográficos y observación en campo

### **Juventud y delimitación etaria:**

El enfoque sociodemográfico establece el límite inferior de la categoría juventud, considerando los rangos de edad que coinciden con la adolescencia, definida como una etapa de cambios ligados al desarrollo fisiológico de las funciones sexuales, que en la mayoría de las sociedades, aparece relativamente en las mismas edades (Esteinou 2005, 27). El mismo enfoque, también ha sido utilizado para fijar el límite superior de la categoría juvenil, proponiendo la presumible correspondencia entre la edad biológica y el desarrollo psicológico de las capacidades vinculadas a los roles de la vida adulta. No obstante, aquí no hay acuerdo, ya que cada sociedad establece cuáles son los roles propios de los adultos<sup>41</sup>. Sin embargo, en las sociedades modernas, los roles sociales destinados a la vida adulta, en particular los laborales y familiares, han perdido centralidad en la conformación de las identidades adultas,<sup>42</sup> en consecuencia, los roles definidos para cada etapa han cambiado, y esto hace difícil situar el intervalo que se da entre la niñez y la vida adulta, aunque se reconoce su fugacidad en varios casos, acusadamente en contextos de pauperización, los niños se ven obligados a asumir roles de adulto para contribuir a la economía familiar o hacerse cargo de su propia manutención.

### **Las visiones convencionales en torno a lo juvenil:**

A pesar de que no ha habido consenso estable entre los agentes sociales e instituciones formativas y académicas para marcar los límites de las edades sociales de la juventud, la delimitación etaria es un parámetro que ayuda a establecer el tiempo en que aparece y termina la juventud. Desde esta visión, la supuesta volubilidad de los jóvenes obliga a programar sus itinerarios biográficos en pautas normativas, a través de la escuela, uso del tiempo libre, marco legislativo *ad hoc* para jóvenes, e inclusión y preparación para el mercado laboral. El objetivo final de esta visión es incorporar a los jóvenes a la vida adulta, mediante instituciones que se encargan de su tutela, y que les confieren estatutos sociales y jurídicos especiales. Dicho dispositivo viene acompañado de discursos y visiones convencionales sobre la juventud<sup>43</sup> Además promueve la distinción dicotómica entre los

---

<sup>41</sup> *Ibid*, p. 29

<sup>42</sup> *Ibid*, p. 34.

<sup>43</sup> Por ejemplo, se dice que los adolescentes son propensos a la rebeldía, por tanto su conducta deber ser ajustada a normas o valores, a través de modelos de conducta, instrucción y disciplina.

jóvenes incorporados y los jóvenes excluidos, a los que se les asocia con actividades delincuenciales, debido a que sus espacios de socialización,—por ejemplo la esquina, el barrio, la calle, baldíos, salas de videojuegos, hoyos fonqui—se dan afuera de los marcos generalmene diseñados para institucionalizar y controlar las actividades juveniles.

Sin embargo las pautas hegemónicas sobre los rangos de edad, y recorridos socialmente establecidos para la juventud, han ido cambiando como parte de un proceso de modernización, a la par que han proliferado diferentes estilos de vida y formas de experimentar la condición social juvenil y de género.<sup>44</sup> Dicha situación ha debilitado y flexibilizado, los mecanismos por los cuales las instituciones y los roles tradicionales brindaban seguridad y certeza a los jóvenes.<sup>45</sup> En este sentido, los posibles estilísticos y las identidades juveniles, se multiplican, adquiriendo cada una de ellas su propia legitimidad. Ante la incertidumbre, los jóvenes —ya sea de manera individual, pero sobre todo de manera colectiva—, se han atrincherado en las identidades juveniles como modo de hacer frente a la sociedad moderna.<sup>46</sup>

En resumen, la proliferación de estilos juveniles, ha obligado a cambiar los lentes con los que se miraba a la juventud pasando de las visiones que privilegian la homogeneidad en la concepción de lo juvenil, hacia las visiones que hacen hincapié en los referentes heterogéneos con que se construyen las identidades juveniles. Si bien, el criterio etario, ha perdido centralidad como principio básico con el cual definir la categoría juventud, tampoco ha sido desechado, y suele combinarse con otros criterios y conceptos, como el de curso de vida,<sup>47</sup> para situar el inicio y fin de las trayectorias de sujetos juveniles que se desarrollan en los albores del Siglo XXI. La aplicación de ambos criterios será de gran utilidad para llevar a cabo el análisis de las diferentes maneras de ser joven dentro de las culturas juveniles que hacen graffiti en Tijuana.

---

<sup>44</sup> *Idem.*

<sup>45</sup> *Ibid*, 32.

<sup>46</sup> *Idem.*

<sup>47</sup> De acuerdo con el concepto *life course*, de Elder (2000) la edad es una referencia para establecer el tránsito a la edad adulta. (Esteinou 2005, 35),

## **Heterogeneidad de las realidades juveniles**

La heterogeneidad es una categoría que complica el estudio de lo juvenil, empero ayuda a captar de manera más fina las particularidades de los sujetos juveniles. Por ende, la heterogeneidad juvenil, se da tanto en las distintas formas de socialización juvenil, como en los diferentes intereses, expectativas, posibilidades, afiliaciones y contradicciones, que varían entre individuos y grupos juveniles.

Aún así, ninguno de los dos criterios, homogeneidad y heterogeneidad, utilizados de manera aislada, tienen el poder de explicar las vicisitudes y sincronías de las realidades juveniles. Por lo que se recomienda acompañar el análisis de ambos criterios, revisando cada caso en lo particular (Esteinou 2005, 34). Este es el enfoque que se utilizará en esta investigación.

## **Definiciones socioculturales de la juventud**

En lo general, la categoría juvenil se define de acuerdo a condiciones sociohistóricas particulares y circunstancias diferenciadas de acuerdo a grupo social, clase, género y cultura. Además tiene manifestaciones diversas, tanto en lo grupal como en lo individual. Otro aspecto de la heterogeneidad, son los distintos abordajes utilizados para explicar la diversidad juvenil, por parte de los académicos que se dedican a su estudio:

Para Feixa (1998, 60-73), las culturas juveniles, son la expresión colectiva de estilos de vida distintivos, de agentes sociales internamente heterogéneos, situados en los espacios coyunturales de la vida institucional adulta. Según Hall y Jefferson (1983), coloca a las culturas juveniles de manera dependiente con respecto a la cultura hegemónica, y las culturas parentales, sin embargo como se trata de una condición cambiante y transitoria, que se construye en la asimetría de poderes, les confiere capacidades de influencia en las culturas dominantes —a través de la metáfora del reloj de arena—, una vez que las culturas juveniles ingresan a la vida adulta.

Feixa (1998, 60-73) sitúa a las culturas juveniles, más allá del rol pasivo de consumidores aletargados: por el contrario, para él, las culturas juveniles generan productos culturales — música, lenguaje, indumentaria, gráfica, audiovisuales, entre otras producciones— y a través de ellos definen o reafirma su posición social con respecto a otros grupos; utilizando distintas estrategias, como la apropiación de espacios, la resemantización

de prácticas, la recreación de artefactos, la invención de estilos, su fusión y/o difusión territorial. Además, las culturas juveniles participan en rituales y actividades focales en las que cada grupo juvenil, escenifica o expresa las identidades personales o colectivas.

Feixa (1998, 60-73) propone la dimensión creativa del estilo juvenil, desde el plano de las imágenes culturales, cuyos atributos ideológicos y simbólicos, se traducen en la visibilización de estilos que integran elementos materiales e inmateriales heterogéneos, a través de estrategias, creativas de combinatoria, recontextualización y reordenamiento que expresan la identidad grupal y que también sirven como estandartes de la impronta personal. Para analizar estas dimensiones utiliza conceptos de la semiótica: bricolaje y homología. El primer concepto remite a que las producciones juveniles provienen de elementos culturales básicos, que son resemantizados con el objetivo de representar distintos estilos juveniles. A través de esta operación, se reordena los significados culturales de las prácticas y los objetos, para significar nuevas cosas. El segundo concepto expresa la relación entre los intereses grupales y su manifestación a través de producciones que son homólogas a sus intereses. La homología es el principio, generador de la creación estilística.

Para Valenzuela (1997, 12-35), la juventud es una categoría relacional históricamente construida, representada y transitoria de la identidad. Su heterogeneidad y transformación en el tiempo obliga a estudiar las juventudes desde la condición diacrónica y polisémica (Valenzuela 2008, 16). Por otra parte, las definiciones de lo juvenil se encuentran en disputa y negociación con las distintas representaciones de lo juvenil, no sólo desde las autopercepciones de los jóvenes, sino también desde las heterorrepresentaciones, entre las que destacan: las visiones dominantes, anquilosadas, represivas, adultocráticas, e incluso las representaciones sobre los jóvenes en los medios masivos de comunicación.

### **La juventud descrita desde las visiones dominantes**

Por otro lado, Valenzuela (2002, 44-45) destaca que las problemáticas juveniles no son autocomprendidas, y remiten a condiciones y conflictos inherentes a la sociedad en su conjunto. Recientemente, Valenzuela (2008, 1-37) caracterizó los rasgos de vulnerabilidad, desigualdad e inseguridad social, que afectan tanto a la sociedad mexicana, como a los jóvenes, particularmente en la definición de proyectos de vida viables. En particular la población juvenil, es mayormente afectada por el desempleo —según La Encuesta de

Ocupación y Empleo de INEGI 2008, los jóvenes entre 24 y 29 años representan el 58% de los desempleados en el país.<sup>48</sup> Además en México, la crisis de la educación, el demérito de la calidad educativa y la falta de cupo en instituciones de educación superior, son signos evidentes, de que los canales tradicionales de movilidad social han ido perdiendo centralidad en la definición de proyectos de vida juveniles<sup>49</sup>. A la par, ha incrementado, la violencia urbana, la pauperización, el descrédito de la autoridad legítima, la impunidad, el abuso de poder, la ausencia de oportunidades y los escenarios del miedo.<sup>50</sup> Hoy en día millones de jóvenes mexicanos se convierten en desplazados económicos, algunos se incorporan a la economía informal, otros se ven obligados a dejar sus lugares de origen para buscar oportunidades en otras ciudades y otros países, incluso, algunos arriesgan la vida al ingresar ilegalmente a los Estados Unidos;<sup>51</sup> otros más, asumen de manera intensa el riesgo de pertenecer a las redes del narco mundo, y lo que es peor: “han interiorizado la certeza de que el discurso del progreso no les corresponde” (Valenzuela 2002, p. 44).

No obstante la representación ideológica de los jóvenes, se apoya en la mirada criminalizante que exalta el supuesto carácter concupiscente, desenfrenado, violento, patológico y desviado de los jóvenes. Y a través de estas visiones se conforman procesos de exclusión social y estereotipos de los agrupamientos e identidades juveniles, sobre todo de carácter lumpen, generando una imagen hipostasiada de la delincuencia juvenil y ampliando los marcos de vulnerabilidad en los que se desenvuelven millones de jóvenes en México (Valenzuela 2008, 16-22). Además, la proscripción de las identidades juveniles, con base en relaciones de poder sistemáticamente asimétricas, se produce y reproduce en los medios masivos de comunicación, en las políticas oficiales, en programas educativos anquilosados y en la intolerancia y el racismo de clase (Valenzuela 2008, 8-9). Aún así, los sentidos que definen lo juvenil desde los propios jóvenes, se demarcan y buscan su propia legitimidad, llegando incluso a adoptar el estigma que se les atribuye, como signo de identificación grupal (tal es el caso de la ilegalidad en los grafiteros), a la par que sus transgresiones sirven para confirmar los prejuicios de sectores medios y altos en torno a estas agrupaciones juveniles (Valenzuela 2002, p. 41).

---

<sup>48</sup> *Íbid* p. 2.

<sup>49</sup> *Íbid* p. 17

<sup>50</sup> *Íbid* p. 3-9.

<sup>51</sup> Cada año, cerca de 500,000 personas, en su mayoría jóvenes, deben abandonar el país por no encontrar condiciones para desarrollar un proyecto de vida viable. *Íbid* p.8.

Finalmente la estigmatización y sus variantes, pueden entenderse como estrategias de los sectores dominantes, cuyo fin es mantener y reproducir la dominación, a través de representaciones desfavorables de los sectores dominados, mismos que, insertos en relaciones estructuralmente asimétricas, aprenden a apropiarse del estigma.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Véase cuadro 1.2

## Cuadro 1.2: La juventud construida desde las visiones dominantes

<p>Estrategias de construcción simbólica</p>	<p><b>Reducción:</b> creación de imagen amenazante del otro vinculada a la delincuencia y criminalidad.</p> <p><b>Proscripción:</b> la construcción social del otro es intimidante y amenaza la convivencia social. Lo anterior reclama la expulsión social del otro, como recurso defensivo. Parecida al racismo y se expresa a través de prohibiciones explícitas y rechazos gestuales.</p> <p><b>Racismo:</b> se construye en un marco de desigualdad de poderes que reproduce la subordinación de un grupo social sobre otro con base en el rechazo de los caracteres biológicos</p> <p><b>Estigma:</b> distinción a través de signos corporales por medio de lo cual se intenta exhibir algo malo y poco habitual en el status moral de quien lo presenta.</p> <p><b>Estigmatización:</b> las expresiones de estilos juveniles, prácticas, discursos, estéticas, formas de agrupamiento, apropiación de espacios, sirven de marca de caín, para desacreditar a los jóvenes imponiéndoles identidades deterioradas; lo que a su vez reproduce la criminalización de los jóvenes.</p> <p><b>Criminalización:</b> Construcción social del criminal, a través de la cual los agentes sociales dominantes, etiquetan a ciertos grupos o individuos, sobre todo personadas económicamente marginadas , como si fueran delincuentes. Situación que va más allá de la representación, pues de facto se les trata como si fueran criminales. Los jóvenes pobres son particularmente vulnerables a la criminalización.</p> <p><b>Estereotipación:</b> representación reiterada acerca de algo o alguien, que reduce su significación, tomando en cuenta alguna de sus características.</p> <p><b>Identidades proscritas:</b> son formas de identificación rechazadas por los sectores dominantes, donde los miembros de los grupos proscritos son objeto de caracterizaciones peyorativas y muchas veces persecutorias.</p> <p><b>Apropiación del estigma:</b> A pesar del rechazo de las visiones dominantes los grupos estigmatizados, aprenden a apropiarse del estigma e incluso resemantizarlo como signo de identificación.</p>
--	--

Elaboración propia con base en Valenzuela 2002, 2008, 2009 y otras fuentes.



## CAPÍTULO 2. CONTEXTO

### Aproximación sociodemográfica a la juventud en Baja California

La Encuesta Nacional de Juventud 2005 (LA ENJ 2005), considera que los mexicanos entre los 12 y 29 años de edad, son jóvenes. En correspondencia El Estudio de Juventud de Baja California (EL EJBC 2009), utiliza el mismo criterio etario para situar a la población juvenil en Baja California. En ambos estudios el recorte poblacional se presenta en subgrupos definidos por intervalos de edad de la siguiente manera: 12 a 14 años, 15 a 19 años, 20 a 24 años y 25 a 29 años. LA ENJ 2005, incluye información sobre las etapas de desarrollo escolar e inclusión al mercado laboral. Llama la atención que el 34.1% de los jóvenes entre 25 y 29 años, manifestaron no estudiar ni trabajar. La cifra cobra relevancia, puesto que se trata de un grupo poblacional en edad productiva, que no pertenece a los sectores laborales ni de formación. Además este grupo se coloca en el límite del recorte poblacional juvenil según la aproximación sociodemográfica a la juventud en México.

### La población juvenil en Tijuana

En Tijuana hay 526,464 habitantes con edades entre 10 y 29 años. Este grupo representa el 34.18 % de la población total de Tijuana, que de acuerdo a los estudios del Conapo, es de 1,540,072 habitantes en 2008. Es decir un tercio de la población de Tijuana, es joven. Además si en Baja California hay poco más de un millón de jóvenes, en Tijuana se concentra prácticamente la mitad la población juvenil.

**Cuadro 2.1: Población juvenil en Tijuana por rangos de edad**

<b>Jóvenes en Tijuana</b>				
<b>Edades</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
10-12	46,145	43,206	89,351	17%
15-19	76,206	68,740	144,946	28%
20-24	78,768	67,849	146,617	28%
25-29	77,724	67,826	145,550	28%
			<b>526,464</b>	100%

Fuente EL EJBC 2009, con datos de CONEPO 2008

## **La participación escolar de la juventud en Baja California**

En muestra reunida en EL EJBC 2009, el 50% de la población entre los 12 y 29 años no estudia. Los que sí estudian son el 48.3% de la población juvenil y se concentran mayoritariamente en la educación media y media superior, de la siguiente manera: el 41.1% en la secundaria y el 29.9% en la preparatoria. El 9.8% se sitúa en la preparatoria. Además la participación de grupos por edad en la educación, se comporta de la siguiente manera: de 12 a 14 años (31.8%), de 15 a 19 años (42.2%), de 20 a 24 años (20.4%) y de 25 a 29 años (5.6%). Inversamente la deserción escolar por grupo de edad es más marcada, en los rangos de 15 a 19 años (14%), de 20 a 24 años (34.7%) y de 25 a 29 años (48.7%). Lo anterior indica que la deserción escolar inicia en el bachillerato y se incrementa en la formación profesional.

EL EJBC 2009, propone que el soporte económico familiar es el decisivo para la permanencia de los jóvenes en las etapas de desarrollo escolar; siendo las familias más propensas a la deserción escolar las que ingresan de 5,000 pesos a 10,000 pesos mensuales. Otro factor, que dificulta la permanencia de los jóvenes en la educación es haber sido rechazados durante su trayectoria educativa. En este rubro, la incidencia del rechazo es de 29.4%, en los jóvenes que estudian secundaria, principalmente por motivos de conducta en el 39% de los casos.

## **La participación laboral de la juventud en Baja California**

En el momento en que se llevó a cabo EL EJBC 2009, el 61.5% de la población juvenil manifestó contar con trabajo. Los grupos de edad, que mayor participación tuvieron en la vida laboral son los jóvenes de 25 a 29 años (49.7%) y los de 20 a 24 años (34.6%). No obstante, la mayoría de éstos jóvenes ganan en promedio 5,000 pesos mensuales y los jóvenes entre los 15 y 19 años de edad, ganan en promedio 2,000 pesos mensuales. Sólo el 0.5% de la población juvenil empleada ganan más de \$15,00 pesos. Además la mayor parte de los jóvenes se emplean en la industria maquiladora y el comercio (72 %).

EL EJBC 2009, no especifica cuántos de los jóvenes encuestados estudian y trabajan al mismo tiempo, sin embargo destaca que el 53.4% de los jóvenes estudiaban cuando obtuvieron su primer empleo. Además, en Baja California, el inicio de la vida laboral se da mayoritariamente entre los jóvenes de 15 y 19 años, sin embargo un grupo importante de

jóvenes obtienen su primer empleo entre los 12 y 14 años. Es importante mencionar que los primeros empleos se dan en un nivel bajo de formalidad, y sin contrataciones. Sin embargo, en los siguientes empleos, se da una tendencia por buscar fuentes formales de empleo, de los cuáles el 60.1 % cuenta con contrato laboral y sólo el 3.3% pertenece a un sindicato.

### **Población juvenil que practica el graffiti en Tijuana**

Las aproximaciones numéricas a los jóvenes que practica el graffiti en Tijuana, se recuperan de las instancias que se dedican a combatir la aparición de esta expresión gráfica en la ciudad. La primera instancia que dio cifras sobre la cantidad de grafiteros en Tijuana fue la Asociación Civil *Graffiti Busters*, misma que en 2001, publicó un registro de al menos 25 bandas de jóvenes que hacen graffiti.<sup>53</sup> Posteriormente, en 2003 advirtió que existían 2,500 grafiteros activos en Tijuana.<sup>54</sup> Se desconoce cómo se construyeron estos datos. No obstante, a partir del 4 enero 2003, se constituye el Grupo Antigraffiti en la policía municipal de Tijuana, el cuál conformó un banco de datos con los arrestos de grafiteros. Este archivo se compone del nombre, apodo, banda, tipo de graffiti y fotografías del arrestado y de sus firmas. Por lo que en 2008, después de 5 años de poner en práctica el dispositivo control policiaco, a través del registro cuantitativo de productores, firmas y grupos; el Grupo Antigraffiti, comunicó que el número de bandas de *graffiti*, descendió de e 400 a 340. Con base en la última cifra, y considerando que en cada banda de grafiteros hay al menos 3 individuos, se hace un cálculo conservador de 1020 grafiteros activos en Tijuana.

### **Aproximación a la juventud, escolaridad y empleo entre los grafiteros**

Durante el trabajo de campo, en la ciudad de Tijuana, se hicieron varias entrevistas informales y se realizaron 6 entrevistas a profundidad con grafiteros con edades entre los 18 y 35 años de edad. Varios de los entrevistados se sitúan en el umbral de lo que sociodemográficamente se define como joven. Los jóvenes con edades mayores a 29 años, se sitúan en la primera generación de grafiteros, que participó en la cultura juvenil del graffiti de los noventa del siglo XX; mientras que los jóvenes que no rebasan los 29 años son de la segunda generación de grafiteros, que participaron en la cultura juvenil de la primera década

---

<sup>53</sup> Periódico Frontera, 15 septiembre de 2001.

<sup>54</sup> Periódico Zeta 23 abril 2003.

del siglo XXI. Varios de los grafiteros de la primera generación, siguen vinculados a la cultura del graffiti, de distintas maneras, sin que esto signifique que sigan pintando en las calles y algunos más participan de manera activa o intermitente en la práctica del graffiti durante la segunda década del grafitismo en Tijuana.

La participación en el mercado laboral de los jóvenes que hacen graffiti, es similar al resto de la población juvenil en el estado; varios trabajan o han trabajado como empleados en empresas de servicios o en la maquiladora, y los más jóvenes se inician trabajando de manera informal y sin contratación; otros trabajan en empresas familiares. Además, se observó que en los grafiteros, se da una suerte de especialización en los empleos relacionados con la expresión gráfica, como: serigrafía, rótulos, diseño gráfico, ilustración, tatuaje, etcétera. Algunos laboran como empleados en empresas de este tipo y otros ofrecen estos servicios de manera independiente.

**Cuadro 2.2: Datos sociodemográficos de grafiteros entrevistados en Tijuana**

Nombre	Fire	Serie	Cash	Nube	Spel	Shente
Grupo	N.S.	C.H.R.	T.D.A.	N.G.B.	H.E.M.	H.E.M.
Edad	18	19	21	21	22	35
Sexo	M	M	M	F	M	M
Delegación	N.S.	Zona Centro	San Antonio	La Presa	La Presa	Playas
Colonia	N.S.	Centro	Las Villas	Villa Frontana	Buenos Aires	Los Altos
Escolaridad	secundaria	preparatoria	secundaria	universidad	universidad	universidad
Actualmente estudia	NO	NO	NO	✓	NO	✓
Último empleo	N.S.	N.S.	ventas	maquiladora	Ilustración	telemarketing
Actualmente trabaja	NO	NO	NO	NO	✓	✓
Trabaja de manera informal	NO	✓	✓	NO	NO	NO
Ha sido arrestado	✓	✓	✓	NO	✓	✓

Elaboración propia con información de trabajo de campo

También en la práctica graffiti hay jóvenes transfronterizos, que viven en Tijuana y trabajan en Estados Unidos. Las áreas laborales en las que se identificaron a estos jóvenes, son en el área de construcción y de servicios. A su vez, otros jóvenes que residen en Estados Unidos, se vinculan con el graffiti en Tijuana y no necesariamente son de origen mexicano, aunque hay vínculos estrechos con ese origen cultural.

Otro aspecto a señalar, es que en la trayectoria escolar de los grafiteros, la deserción escolar parece ubicarse en las mismas etapas que las del joven bajacaliforniano promedio. No obstante se identificó una situación inquietante, sobre todo entre los más jóvenes: la interrupción o el abandono de la trayectoria escolar. Dicha situación refiere a la suspensión escolar por motivos de conducta, pero sobre todo se da en relación al arresto y eventual encierro en El Centro para Menores Infractores (EL CEMI), separos municipales o Centros de Rehabilitación Social, para los mayores de edad. Además, dado que el sexo masculino, es el que mayor participación tiene en las culturas juveniles del graffiti, éste parece ser el mayormente afectado. No obstante, es inquietante conocer sobre la detención de niños, niñas y adolescentes, en relación con la práctica del graffiti por parte de la policía, como lo demuestran las figuras 2.1 y 2.2.

**Figura 2.1: Jóvenes asegurados en operación antigraffiti**



City police rounded up youth during a special operation against graffiti in various parts of the city. The operation was in response to complaints about a rise in graffiti.

Fotografía David Maung, 2007  
Fuente Sign on San Diego

**Figura 2.2: Niños asegurados en operación antigraffiti**



TODO INDIVIDUO QUE SEA SORPRENDIDO PINTARRAJEANDO FACHADAS, BARDAS PÚBLICAS Y MONUMENTOS HISTÓRICOS SERÁ REMITIDO AL MINISTERIO PÚBLICO. EN CASO DE MENORES AL MINISTERIO PÚBLICO PARA ADOLESCENTES

Fuente: folleto del Grupo Antigraffiti de la SSPM

Dicha situación obliga a estudiar la manera en que socialmente se construye al sujeto grafitero como delincuente, sobre todo vinculado a la asociación entre graffiti y juventud. Además debido a que gran parte de la carga ideológica de la proscripción de ciertos grupos o identidades juveniles, es con frecuencia definida desde posiciones dominantes, en las instituciones oficiales, pero también desde grupos de interés con capacidad de movilizar recursos y personas; es que en esta investigación se reúnen y comparan las auto y heteropercepciones de la juventud; en las voces de los individuos y colectivos juveniles que producen graffiti y en las voces de los agentes sociales que sancionan las expresiones del graffiti. Otros elementos que se toman en cuenta en el análisis son las campañas de combate al graffiti y la promoción e implementación de leyes antigraffiti en el Estado de Baja California. Las situaciones descritas y sus pormenores son analizadas con mayor detalle en el cuerpo del trabajo y en las narrativas de las 6 personas entrevistadas a profundidad. En el cuadro 2.2, se describen la condiciones sociodemográficas de las personas mencionadas.

### **Contexto Fronterizo**

Se inicia ubicando el momento histórico en que el asentamiento humano de Tijuana adquiere un carácter urbano y fronterizo. Si se menciona la reconfiguración territorial de México tras la guerra con Estados Unidos, habría que enfatizar el carácter pre urbano del área del valle del Río Tijuana hacia 1848. Lo mismo se puede decir del asentamiento contiguo en el nuevo condado de San Diego California, que en el censo de 1850 reportó 500 habitantes<sup>55</sup>. No obstante, la población de California creció aceleradamente en la segunda década del siglo XIX, particularmente, San Diego se conformó como un centro urbano alrededor del nuevo muelle, sobre las propiedades del empresario Alonso Horton, cerca de la bahía y separado del antiguo pueblo mexicano. La llegada del tren hacia 1882 y las comunicaciones marítimas coadyuvaron a su crecimiento llegando la población a principios del siglo XX a 17,700 habitantes<sup>56</sup>. Para 1961 los terrenos del Rancho de Tijuana propiedad de Santiago Argüello, situados frente a la línea divisoria, estaban prácticamente deshabitados. Dicha familia motivada por el *boom* de especulación de tierras que tuvo lugar en California, mandó hacer la primera traza urbana de la población de Zaragoza, hoy

---

<sup>55</sup> Moffatt, R. Population History of Western U.S. Cities & Towns, 1850–1990. EU: Scarecrow, 1996, 54.

<sup>56</sup> Lorey, D. The U.S.-Mexican Border in the Twentieth Century. EU: Scholarly Resources Inc, 1999, 126.

Tijuana. Sin embargo dicho *boom* decayó: “retrayéndonos al tiempo del trazo de la población en 1889, encontramos que su crecimiento inicial fue lento. Unas pocas casas y locales de madera fueron levantado en la Avenida Olvera, actualmente Revolución.” (Piñera 1985, 62). Por lo que en la primera década del siglo XX, Tijuana contaba con una población de 733 habitantes viviendo en la Zona Central, rodeados de pequeños ranchos y comunidades rurales desde Rosarito, hasta el Florido. (Piñera 1985, 68).

Tijuana comparte con otras urbes fronterizas el emplazamiento en la línea divisoria, y los elementos primarios que definen su dinámica de urbanización son: la línea internacional, la vía del ferrocarril y el puente o la puerta de acceso (Rodríguez, 2006, 9). También el primer núcleo urbano es considerado elemento primario, alrededor de éste la ciudad puede crecer de manera ordenada o desordenada generando diferentes morfologías urbanas (Rossi 1981, 174). En el caso de Tijuana la zona central albergó al primer núcleo poblacional en un plano ortogonal, que se extendió a la Zona Norte y la Colonia Castillo, hasta que topó con los cerros al oeste, sur y suroeste del plano. No obstante, a principios de los años cincuenta del siglo XX estos terrenos se poblaron y dieron lugar a las Colonias Alemán, Altamira e Independencia, que junto con la Colonia Libertad situada al este del Río Tijuana, fueron las primeras adiciones al núcleo original. A partir de 1950 creció la demanda habitacional en la ciudad, la cual contaba con 59, 952 habitantes<sup>57</sup>. Las tierras de cultivo en la Zona de la Mesa se fraccionaron de manera aislada y sin interconexiones, solamente se vinculaban a la ciudad a través de la carretera Tijuana-Tecate, hoy Boulevard Díaz Ordaz<sup>58</sup>. Otros fraccionamientos que se crearon en ésta década y se distinguen pues se incluyen en este estudio, son el fraccionamiento Soler, Los Altos, Playas de Tijuana y Colonia 20 de Noviembre<sup>59</sup>.

En la década de los sesenta y setenta el crecimiento poblacional de Tijuana fue vertiginoso y adquirió celeridad con el Programa de Industrialización Fronterizo en 1965. Por lo que el Plan Regulador del Desarrollo Urbano formulado en 1962 quedó corto en sus expectativas, pues la población había crecido un 30% para 1970 y un 100% para 1984<sup>60</sup>. El

---

<sup>57</sup>

Ver Padilla , A. “*Desarrollo Urbano*” en Historia de Tijuana: semblanza general. Piñera, D. (coord.) Tijuana: Centro de Investigaciones Históricas UNAM-UABC: 1985.

<sup>58</sup>

*Ibid*

<sup>59</sup>

*Ibid*

<sup>60</sup>

resultado del crecimiento poblacional junto a la incapacidad de todos los niveles de gobierno generaron un desarrollo urbano poco homogéneo<sup>61</sup>. Si bien las preferencias de los urbanizadores y el gobierno se dan en las zonas donde el costo de introducción de infraestructura es menor, los inmigrantes que no pueden participar en el mercado de suelos se ven en la necesidad de poblar laderas, pendientes y cruces de arroyo, zonas consideradas del alto riesgo y no aptas para la urbanización.

Sin embargo, la orografía agreste de los cerros y cuencas fluviales de Tijuana no han impedido que sobre éstos se haya producido un paisaje urbano que hace evidente el conflicto social. Dicho conflicto está presente en Tijuana desde el primer cuarto del siglo pasado y se transporta hasta nuestros días<sup>62</sup>, la disputa se caracteriza por el difícil acceso a la propiedad del suelo, debido al latifundismo urbano y la especulación de los terrenos (Valenzuela Arce, 1991, 74). Un ejemplo paradigmático de esta situación se ha presentado en diferentes momentos sobre el lecho del Río Tijuana. Estos terrenos han albergado distintos asentamientos irregulares que han sido desplazados en toda ocasión, siendo uno de ellos el denominado “Cartolandia”, cuya segunda sección fue desalojada haciendo uso de la fuerza:

La madrugada del 30 de enero de 1980, los empleados de la Secretaría de Recursos Hidráulicos de Baja California abrieron las compuertas de la presa Abelardo L. Rodríguez de Tijuana. El agua liberada avanzó incontenible por la Zona del Río, área de alto valor comercial habitada por gente pobre que tenía más de quince años viviendo en esos terrenos que habían sido basureros y yonques. Las compuertas se abrieron mientras la gente dormía ajena a la desgracia que se avecinaba. La corriente destruyó casas, arrastró carros, árboles, animales y todo lo que encontró a su

---

*Ibid*, pp. 190

<sup>61</sup>

*Ibid*, pp. 192

<sup>62</sup> Comenzando con el litigio encabezado por las familias Argüello y Olvera, quienes proyectaron las ventajas de fincar el primer plano de la ciudad y capitalizar los terrenos privilegiados por la adyacencia a E.U. Por su parte, en los años setentas del siglo XX el Movimiento Urbano Popular promovió la posesión de predios en distintos puntos de Tijuana. En los albores del siglo XXI el Estado de Baja California busca desalojar a los colonos del asentamiento irregular “Maclovio Rojas”, después de una década de habitar los predios junto a la carretera libre Tijuana – Tecate.

paso...incluida la gente. Ahí vivía Caritina, su madre, su abuela y sus cuatro hermanos (Valenzuela Arce 2006).

El proyecto de urbanización de la Zona Río iniciado en 1972, desalojó a sus pobladores que habían construido hogares con el desecho disponible (Valenzuela Arce 1991, 106), para sustituirlo por un gran canal de concreto con capacidad para verter toda el agua de la Presa y aprovechar los terrenos adyacentes para el desarrollo de un nuevo centro urbano. Al lado norte del canal se construyó el nuevo Centro de Gobierno Municipal y el Palacio de Gobierno del Estado. Del lado sur del canal se construyó un bulevar de doble carril con un sistema de glorietas, que concentró la actividad financiera más importante de la ciudad, así como un grande y moderno centro comercial, más hoteles, restaurantes, edificios de oficina. También se introdujo de manera ostensible la arquitectura de marca; pieza estratégica de las ciudades del capitalismo tardío, protagonizada por el Centro Cultural Tijuana de Pedro Ramírez Vázquez y Manuel Rossen Morrison.

En 1976, se promulgó el primer Plan Municipal de Desarrollo de Tijuana, que incluyó un plan vial metropolitano proyectado en fases hasta el año 2000. Muchas de las vialidades más importantes de la ciudad se proyectaron. También se buscó subsanar el aislamiento congénito de muchos de los fraccionamientos creados hasta entonces. A partir de ese momento las ciudades fronterizas empezaron a adquirir las características de las transformaciones urbanas que se dieron en Estados Unidos posterior a 1950, particularmente, en el uso intensivo de vías rápidas, centros comerciales, parques industriales, desarrollos de tipo condominio y vivienda suburbana (Herzog 1999, pp. 53-55). Al mismo tiempo, la expansión creciente de ocupantes ilegales en las periferias continúa siendo el otro rasgo conspicuo del paisaje de las ciudades fronterizas (*op. cit.*).

Consecuentemente, en la última década del siglo XX comenzaron las gestiones para urbanizar la sección oriente del lecho del Río Tijuana, cuyos predios anteriormente bajo el régimen de dominio público y pasaron a ser administrados por Estado de Baja California, a través de un fideicomiso el mismo se encargará de las labores de: “construcción, urbanización, desarrollo, fraccionamiento, comercialización y venta de los bienes fideicomitidos para que con su producto se realicen las obras de encauzamiento del Río Tijuana en su Tercera Etapa”<sup>63</sup>. Este espacio es considerado actualmente de alto valor

---

63

comercial y convive a sus alrededores con zonas valuadas de distinta manera en el mercado. El desarrollo en Zona Río se puede entender a partir de la lógica de los megaproyectos cuyos propósitos son: “coordinar con eficiencia las inversiones privadas y el apoyo gubernamental, asegurar los servicios en grandes ofertas de suelo estratégicamente ubicadas, incorporar áreas despreciadas al mercado inmobiliario de realización a corto plazo, brindar una imagen urbana solvente a través de la arquitectura contextualizada”<sup>64</sup> A su vez este tipo de urbanización se suma al régimen de acumulación flexible, al cual muchos gobiernos urbanos han sido propensos, descuidando el beneficio social de los pobres con el fin de generar beneficios para inversiones de asociación pública y privada (Harvey 1999, 272). A su vez dicho régimen, exagera la polarización social y espacial que se expresa en antagonismos de clase expresados en el paisaje urbano.

Otro rasgo característico de la urbanización en la primera década del siglo XXI en Tijuana, ha sido el desarrollo de vivienda suburbana, con una oferta para niveles económicos, altos, medios y bajos, situación que también ha dado un nuevo matiz al paisaje urbano fronterizo. La homogeneidad de estos fraccionamientos se inserta en un espacio social heterogéneo y en medio de un desarrollo urbano desigual marcando claramente los contrastes sociales entre cerro y cerro.

### **Área de estudio**

El espacio donde se llevó a cabo esta investigación es la ciudad de Tijuana Baja California México, ciudad fronteriza que colinda al norte con La Unión Americana, al sur con el municipio de Rosarito B.C., al este con el municipio de Tecate y al oeste con el Océano Pacífico. El área de estudio comprende una porción de la gran área urbana e incluye algunas de sus características más importantes. Se hicieron recorridos visuales en el área de estudio, que comprende un territorio que va desde los límites naturales con el océano y la línea internacional adyacente al núcleo histórico de Tijuana, así como fraccionamientos y desarrollos trazados en distintos momentos de la ciudad, desde su fundación, hasta nuestros días. El área también comprende zonas de reciente creación que se ubican en los límites sur y al este de la ciudad.

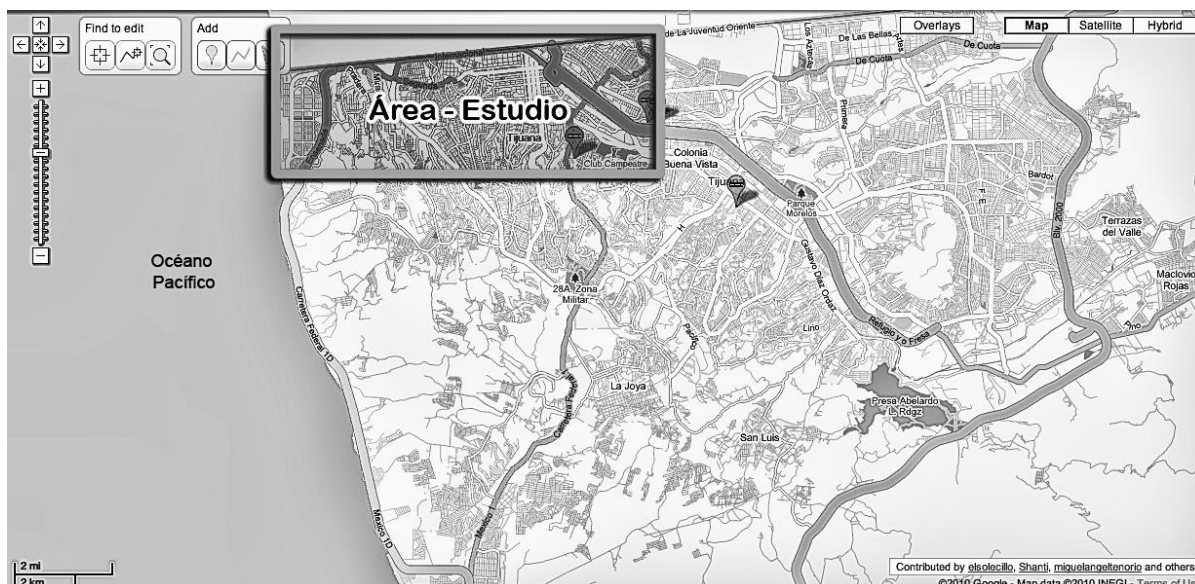
---

Ver: [http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio\\_tijuana/](http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio_tijuana/)

<sup>64</sup>

Ver: Eloy Méndez, citado en Rodríguez 2006, 105.

**Figura 2.3: Mapa de Tijuana con recorte del área de estudio**



Fuente: google maps INEGI

Los recorridos visuales prestaron especial atención en la manera como se presentan la producción gráfica en adentro del área de estudio, particularmente interesa el graffiti, la publicidad y la propaganda. Un supuesto implícito es que, en la ciudad existe una valoración diferencial del espacio en función al valor del suelo urbano, mismo que en Tijuana se rige en relación a la infraestructura que incluye, la imagen que proyecta y la situación jurídica de los predios. Es importante mencionar los asentamientos irregulares representan más del 50% de la superficie consolidada en cada delegación municipal.<sup>65</sup> La ubicación geográfica de los predios tiene un valor comercial, pero representan un valor simbólico en la medida de que las zonas de mayor plusvalía son geográficamente cercanas a los campos de poder: capital económico, político y prestigio, según la teoría de estructuración y diferenciación social de Bourdieu. Según el Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Tijuana 2002-2025, la plusvalía en Tijuana se comporta de la siguiente manera:

En lo que respecta a las zonas con mayor valor en la ciudad, éstas se localizan en las grandes avenidas, principalmente en Zona Centro, la Zona Norte, la Zona Río y en las colindancias del corredor Avenida Revolución-Bulevar Agua Caliente-Bulevar Salinas-Bulevar Díaz Ordaz, y sus rangos están entre 600.00 m.n./m<sup>2</sup> y 5,700 m.n./m<sup>2</sup>. Esto se debe a la

<sup>65</sup> Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Tijuana 2002-2025, pp. 115-116.

concentración de actividades comerciales y de servicios. Los valores medios se ubican en las inmediaciones de las zonas de alto valor y en la Mesa de Otay.

Las zonas residenciales también tienen valores elevados. Se ubican en general hacia el sur de la delegación Centro, en las viejas zonas habitacionales de alto prestigio. Para sus pobladores cuenta la continuidad del prestigio del lugar, la posibilidad de ampliarse físicamente y el acceso al centro antiguo de la ciudad. Es la zona con mejor concentración de equipamiento urbano, lo que permite que los valores del suelo, tanto del centro antiguo como sus barrios habitacionales aledaños, mantengan un crecimiento constante.

Las zonas con valores menores son aquellas que no cuentan con servicios. Tal es el caso de los asentamientos localizados en la periferia de la delegación La Presa, al sur de la Mesa, así como los predios suburbanos del sur de las delegaciones Playas de Tijuana y San Antonio de los Buenos y los rurales, que fluctúan desde \$2.85 m.n./m<sup>2</sup> y 4.75 m.n./m<sup>2</sup> hasta 71.25 m.n./m<sup>2</sup>.<sup>66</sup>

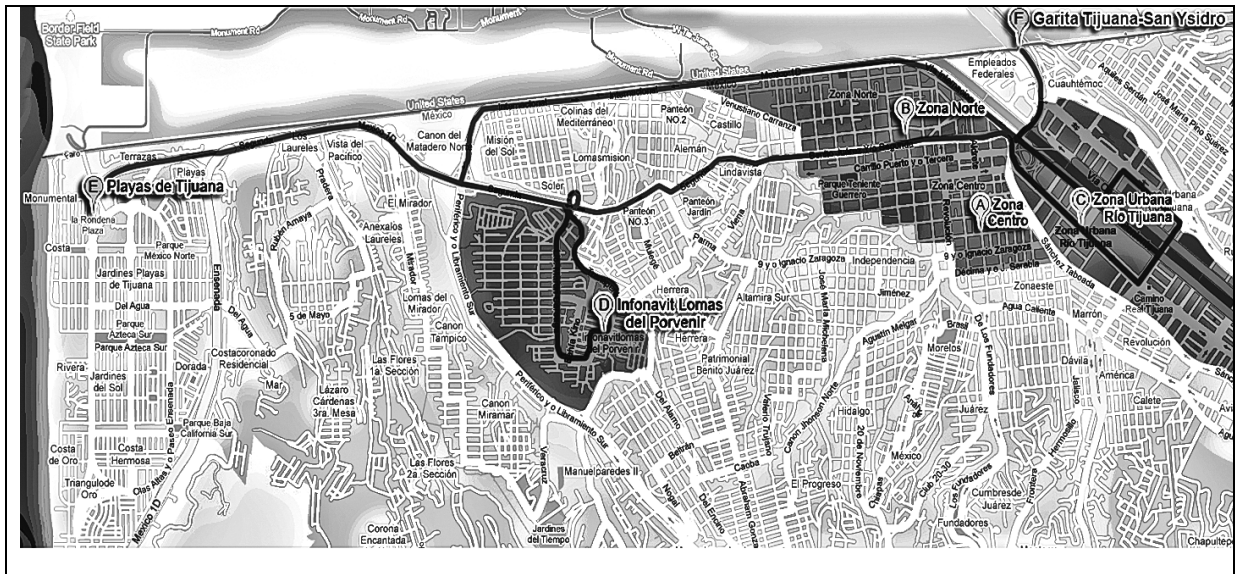
### **Descripción del área de estudio**

A continuación se presentan descripciones a manera de recorridos por el área de estudio. Se comienza por un recorrido desde Playas de Tijuana a la Zona Urbana Río Tijuana circulando por la Avenida Internacional, donde se contaron 15 espectaculares, 3 de ellos con propaganda de precandidatos a la alcaldía municipal y 3 para diputados. El resto anuncian productos y servicios. También hay rótulos de lucha libre y eventos musicales. La mayoría de las bardas en la Avenida Internacional lucen verdes, color institucional del XIX Ayuntamiento, a razón de que fueran pintadas durante la campaña “Acción Antigraffiti”. No obstante los graffiti en esta área siguen apareciendo y se mezclan las expresiones gráficas de los indigentes de la Zona Norte con las de los *taggers*, sin embargo las primeras se diferencian por el uso de representaciones icónicas (telarañas, perros, pericos, etcétera), mientras que los *taggers* pintan primordialmente letras. Las paredes verdes también sirven de propaganda al XIX Ayuntamiento: “Juntos lo estamos logrando”, “Con el PIRE yo si me beneficio”, “Espacio habilitado bajo el programa: “Yo Sí Limpio Tijuana - Acción Anti Graffiti”. ¡Cúidalo!

---

<sup>66</sup> Ibid.

Figura 2.4: Área de estudio



Fuente: elaboración propia con mapa de google maps.

Contiguamente, la cerca que divide a México con E.U. en las inmediaciones de la Avenida Internacional, está pintada de rojo, color institucional del gobierno municipal anterior. También hay graffiti: listas con los nombres y los colectivos de quienes salieron a pintar, principalmente *crews* de los alrededores, como Z.N. (Zona Norte) y U.P.S. (*Usually Painting Streets*); también hay dobles de Error y Neick del *crew* E.B.N. firmadas en 2009. Llama la atención el cartel con los más buscados por la D.E.A. (*Drug Enforcement Administration*) instalado sobre suelo estadounidense pero con vista hacia México. En esta avenida, en dirección suroeste, cerca del Cañón del Matadero, hace algunos meses se instalaron tres postes para espectaculares, los cuales fueron señalados con sellos de clausurado. Situación que no impidió que siguieran funcionando. Actualmente albergan propaganda de precandidatos a puestos de elección popular.

Por el lado de la Avenida Internacional, a la altura del Fraccionamiento Soler, se ve una barda de 100 metros de largo que muestra múltiples capas de pintura. Anteriormente sobre ella se pintó en grande el nombre “Border Brothers”, agrupación internacional que promovió eventos de hip hop y artistas del graffiti. Sin embargo, este letrero fue borrado a raíz de las acciones antigraffiti. En Tijuana se borran los graffiti que contienen letras, entiéndase nombres de grafiteros o sus colectivos, y se persigue a sus autores. Actualmente muchos grafiteros van a pintar bombas a esta barda, que son borradas cada fin de semana por

cuadrillas de jóvenes que coordinan actividades con el gobierno municipal y la Secretaría de Seguridad Pública Municipal.

Camino a Zona Río, La avenida Internacional rodea la Zona Norte y conecta con la vía rápida. Antes de llegar a dicho entronque, se ven unas carteleras y unas vallas viejas con graffiti tipo bomba, mis informantes dicen que uno de ellos fue pintado por un japonés que al ser arrestado pagó 500 dólares por su liberación. Enseguida hay carteleras que se rentan por 3000 pesos quincenales. Antes de la salida por la vía rápida, hay una conexión con la Zona Centro por la calle Melchor Ocampo. En la vuelta, sobre los muros de contención se lee una lista del crew de la Zona Norte: Doper. Delkr.Shato.Zn.09. En la esquina también hay dobles y bombas pintados sobre las puertas de metal: Fiko, C.H.R., Blade y un estencil con la efigie de Ricardo Flores Magón. En la otra esquina, en Calle Segunda está el edificio abandonado de Mexitlán, que tiene una piñata de vidrio y metal como adorno monumental. Sobre ella se lee una firma: Sumer- U.P.S. y una lista que se lee Sower.Wener.Doper.Spik. Esta es una zona nodal, prolija en graffiti y publicidad.

**Figura 2.5: Dobles Error y Neick sobre la Avenida Internacional**



Fuente: fotografía propia, 2010.

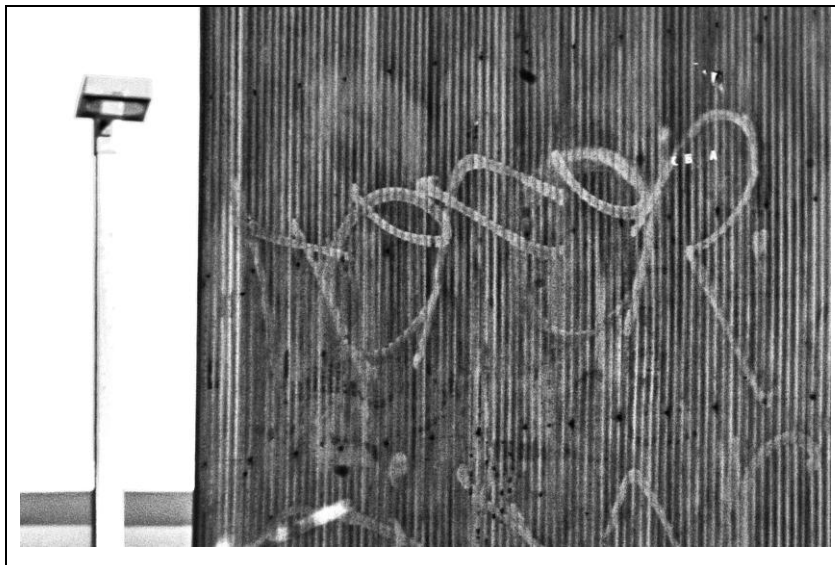
Cerca de ahí, sobre la Calle Segunda, está el puente que conecta con la garita de San Ysidro. Este es un sistema de puentes con múltiples salidas. Sobre ellos están instaladas señales de tránsito con los siguientes destinos: San Diego, Colonia Federal, Avenida Paseo de Los Héroes, y también se leen listas con graffiti. Éste y otros puentes del área fueron objeto de la campaña con “Amor a Tijuana”, en 1993, promovida por el empresario José Galicot. Todavía se ven algunas de las banderas pintadas que decoran el Puente México y motivos varios sobre otros puentes. La garita San Ysidrio, es una zona saturada con vendedores ambulantes, comercios, y publicidad.

A pocos metros, del lado norte de la canalización del Río Tijuana, se encuentra la zona que alberga al Centro de Gobierno Estatal y Municipal y donde próximamente se construirá aquí un nuevo Zócalo, y una nueva Catedral. Del lado sur, está el Centro Cultural Tijuana (CECUT), sus instalaciones cuentan con sala de espectáculos, cine omnimax y galería internacional. Frente a él, está la Plaza Río, uno de los más grandes centros comerciales de la ciudad, cuenta con 130 giros comerciales, entre los que destacan tiendas departamentales, autoservicios y salas de cine.

Las vialidades en Zona Urbana Río Tijuana son amplias, 3 carriles para cada dirección, además de puentes que cruzan la canalización y un sistema de vías rápidas con direcciones oriente y poniente. En particular Paseo de Los Héroes, está diseñado como bulevar francés, con glorietas, camellones, arboledas, banquetas —es de los pocos lugares en la ciudad que se puede recorrer a pie, otras zonas de la ciudad carecen de estructura peatonal. Cuenta con todos los servicios: agua, luz, drenaje, comunicaciones, etcétera. El suelo es de lo mejor valuado en la ciudad, debido a los factores mencionados, además de su adyacencia con Estados Unidos de América.

Comercialmente a esta zona se le llama el corazón de Tijuana, pues concentra varios usos: zona hotelera, gastronómica, hospitales, cines, plazas comerciales, torres corporativas, edificios departamentales. Además, en cuanto a Seguridad Pública en esta zona está el Centro de Control y Mando de La Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM) las oficinas del Ministerio Público, Procuraduría General de la República y Policía Estatal Preventiva.

**Figura 2.6: Tag borrado sobre monumento de Las Dos Culturas**



Fuente: fotografía propia, 2010

En La Zona Río prácticamente no hay graffiti, sin embargo en Paseo de los Héroes hay huellas de graffiti que ha sido limpiado. Por ejemplo, en los bordes de El Cecut hay parches de pintura que se crearon al cubrir algunos graffiti; como cuando Error pintó una bomba en la esquina con vía rápida. También Dunk y Pein pintaron en la esquina con Paseo de los Héroes, sobre señales de tránsito. Si se observa con atención hay descrapelamiento que muestran graffiti debajo de las fachadas. También en las glorietas hay evidencia de que el graffiti ha sido borrado, como muestran están el monumento a Las Dos Culturas, lo mismo que la escultura de Abraham Lincoln. Este es un sitio muy vigilado, no obstante algunos grafiteros han logrado hacer *tags* ahí. Según nuestros entrevistados, rayar en Zona Río, tiene un peso simbólico importante, suma credibilidad y prestigio al colectivo que logre dejar su marca en el área: “Aquí en Zona Río te levantas porque hay puros edificio, porque está bien cuidado, entre más esté cuidado (un sitio) más tu *crew* lo levantas”. En esta zona el graffiti se limpia rápidamente, no obstante, en la esquina de Paseo de los Héroes y Dr. Atl, hay un edificio abandonado con *tags* y bombas de Neick, Error, Deser y Emek, en particular un mensaje pintado en el edificio resume lo que sucede en esta área: “esto no es 1-juego”, advierte uno de ellos.

Los baldíos de Zona Río, sobre todo los de vía rápida, son utilizados para pintar piezas y bombas. También hay *tags* sobre los puentes peatonales que conectan con el lado norte de la canalización. Aquí también se confunde el graffiti de los indigentes con el de los

*taggers*, debido a que la canalización ha sido apropiada por indigentes que viven en las exclusas. En el recorrido que se hizo, se vio una choza construida en un espacio muerto entre el borde de un puente y un muro de contención. También sobre éstos muros se leen las campañas del Consejo de Imagen de Tijuana (C.I.T.): No tires basura en la calle. ¡Conserva a Tijuana limpia!

En zona Río se contaron 45 carteleras publicitarias, localizadas en puntos estratégicos o nodos. Algunas se encuentran intervenidas con calcomanías. Un entrevistado mencionó que: “a veces cuando no puedes hacer graffiti de perdida pegas unas calcomanías”. Llama la atención una cartelera con la imagen de un precandidato a la alcaldía municipal donde están pegadas unas gotitas verdes a la altura de la nariz. En esta zona se borra rápidamente el graffiti, sin embargo, en sus inmediaciones éste comienza a ser evidente. Particularmente en las conexiones con Zona Centro<sup>67</sup> en las perpendiculares con el Bulevar Sánchez Taboada; al entrar por la Calle Cuarta se ve una producción con piezas de Kafye, Shente, Pein, y el logotipo del *crew*, recuperado de una campaña de los años 80, Hecho En México (HEM) con la fecha alusiva a la fundación del colectivo de graffiti, en 1989. Adelante hay centrales de abastos, almacenes, camiones de carga, a la vuelta en la calle Melchor Ocampo el estudio de Libre, Spel y Shente, quienes han evolucionado el graffiti hacia la práctica artística legitimada. En esta área hay letreros y rótulos viejos. También hay unos postes rojos, que se utilizan para hacer llamadas de auxilio a la policía municipal. Muchos de ellos están rayados con nombres de grafiteros.

También se puede llegar de Zona Río al Centro por la Calle Tercera. Éste recorrido pasa por debajo de puentes pintados con motivos de la campaña “Con Amor a Tijuana”, y un mural del artista tijuanaense Óscar Ortega. Seguidamente se ve la parte de atrás de Mexitlán. Aquí se ofrece servicios de carrocería, tapizado y polarizado. Por la calle van los transportes colectivos: camiones azul y blanco y camionetas café y blanco, taxis libres y camiones repartidores. El graffiti se asoma entre esquina y esquina. Más adelante hay hoteles viejos, consultorios dentales, hasta que se llega a la Avenida Revolución, que hoy luce abandonada, todavía se ve un graffiti del Sueño. Una cuadra después, en la esquina con Niños Héroe hay varios consultorios médicos, almacenes de tela. En las cornisas se leen listas como esta: Saik,

---

<sup>67</sup> También se hicieron recorridos situacionistas en Zona Centro, caminando sin rumbo fijo, en busca de la experiencia del arte en la calle, o cualquier otro espectáculo que llamara la atención.

Biek, Salir, Brwtus, No [sic]. En otras hay parches de pintura, otras más muestran listas con varios renglones. Éste es un escenario de batallas: Faster, rayó más abajo que Drape y Open. La batalla se extiende por la Calle Segunda, sobre las fachadas de tiendas, almacenes, zapaterías y discotecas. En esta calle también está la Catedral y mercado “El Popo”.

El regreso del Centro hacia Playas inicia en la Avenida Segunda y Calle Arias Bernal. La esquina está cubierta por vallas de metal, que se usan para desplegar cartelones publicitarios. Sin embargo la mayor parte del tiempo lucen sellos de clausurado, los grafiteros utilizan el mismo espacio para taguear y pegar calcomanías. Las cuadras de adelante pertenecen a la lechería Jersey, sobre sus muros se ven unos parches de pintura, que cubren el graffiti que se hace en este sitio. En Particular la Avenida J, parece ser un punto predilecto de los *taggers*.

Más adelante hay un mural pintado por Libre, Spel y Shente: sobre un fondo negro están pintadas unas esferas que conviven con figuras humanas, un charro y mujeres con vestidos multicolor. Luego siguen más *tags* que hormiguean en las paredes hasta llegar al Panteón No.3. Ahí hay un puente peatonal que recientemente fue convertido en anuncio publicitario, éste cruza la calle y conecta con el Cañón del Sol. El puente luce grafitado, lo mismo que las lápidas del panteón. En este recorrido se contaron 3 anuncios espectaculares, algunos de los cuales están grafitados o lucen parches de pintura.

Por el mismo camino se llega al Fraccionamiento Soler, tomando una rampa que cruza por arriba de La Avenida Segunda. Del otro lado, inicia el Fraccionamiento Los Altos, que colinda con la Colonia Herrera. Estos fraccionamientos fueron creados a partir de la segunda mitad del Siglo XX y presentan diseño urbano heterogéneo. La ubicación en los cerros obliga a trazar avenidas con curvas y columpios. Los lotes son amplios, alrededor de 200 m<sup>2</sup> cada uno, con casas construidas de materiales duraderos, aunque también hay casas de madera y vivienda de interés social, como el Infonavit Lomas del Porvenir, construido en la de último cuarto del Siglo XX. La zona cuenta con servicios y equipamiento urbano: escuelas desde preprimaria hasta la secundaria, un Centro de Integración Juvenil (contra adicciones) y una subdelegación de policía. Recientemente el colectivo HEM pintó unos murales en esta área.

**Figura 2.7: Producción H.E.M., T.D.A, U.P.S. en el Infonavit Lomas del Porvenir**



Fuente: fotografía propia, 2009.

Es interesante que al interior de estos fraccionamientos, el graffiti se extiende sobre espacios habitacionales, muchas de las esquinas están graffiteadas, al igual que las casas, bardas y fachadas. También hay talleres mecánicos, herrerías y almacenes que presentan graffiti, sobre todo en cornisas, remates y sitios altos. Aquí no hay el cuidado de estar borrando el graffiti. Otro aspecto sobresaliente en dichos fraccionamientos es que la mayoría de las avenidas tienen banquetas sin embargo la gente suele caminar por las calles. En esta zona hay transporte urbano, pero no hay parabuses, ni carteleras. La publicidad se hace principalmente con rótulos pintados a mano. En las fachadas de las “tienditas de esquina” la pintura parece haber sido patrocinada por Tecate y Coca Cola. Al interior de los barrios, las zonas comerciales se agrupan en vialidades principales, donde hay pequeños comercios como papelerías, salones de belleza y talleres mecánicos. La zona comercial más importante está en los accesos; junto a La Avenida Segunda, hay grandes almacenes, cadenas de autoservicios, casas de empeños, tiendas de ventas a plazos, saldos y comida express. Aquí también hay terminales de transporte urbano. Es una zona de alto tránsito vehicular y peatonal.

La Avenida Segunda pasa entre el Fraccionamiento Soler y Los Altos, en ése tramo, los cerros están cortados porque los atraviesa la avenida que continúa hacia Playas de

Tijuana. Desde ése punto de vista, las fachadas que dan a los desfiladeros, son una galería de piezas y bombas donde los grafiteros muestran sus habilidades. Por el mismo camino a partir del Mirador, se ve la malla que divide a México de E.U., la malla también es un espacio apropiado para el graffiti, generalmente ahí se muestran dobles de gran tamaño que se ven desde la autopista. Antes de llegar a Playas, hay un puente peatonal utilizado principalmente por residentes de colonias aledañas. Tal es el caso de, Los Laureles, asentamiento popular afincado sobre una cañada considerada de alto riesgo por los deslaves en tiempos de lluvia y la Colonia Lázaro Cárdenas cuyos predios son de origen irregular. Cerca del mismo sitio, sobre una meseta se construyó un fraccionamiento amurallado de nivel alto, que se apropió del puente mencionado para publicitarse. En un principio los fraccionadores añadieron paredes a ambos lados del puente y un letrero con el nombre de la zona residencial. Desde entonces la experiencia de cruzar el puente es diferente: “es como si se cruzara por un túnel”. Recientemente añadieron ventanas para corregir el error.

En otra área de la ciudad, en el cruce de la 5 y 10, había un sistema de puentes del cual colgaban varias mantas publicitarias. En opinión de sus transeúntes, esta situación convertía al puente en un sitio propicio para el atraco, y generaba sentimientos de inseguridad. A razón de ello, la S.S.P.M. recomendó retirar las mantas del puente. Años más tarde, los publicistas encontrar una solución para convertir los puentes en escaparates publicitarios. Construir puentes peatonales al gobierno municipal, a través de concesiones que permiten que éstos sean administrados por particulares. La licitación para operar este tipo de puentes exenta a los concesionarios de pagos de derecho de publicidad, pago de luz, licencias de construcción y uso de suelo, además de que la licencia dura de 15 a 20 años<sup>68</sup>. Dichos puentes han sido descrito como: puentes de tres columnas, una plancha de concreto, escaleras y unos tubos que asemejan barandales<sup>69</sup>. Sobre esta estructura se instalan 4 espectaculares de 5m. x 1 m., cada uno con un valor de renta de \$5,000 pesos quincenales.

En el acceso a Playas de Tijuana hay un puente con estas características, que es mayormente utilizado por quienes arriban en transporte urbano al fraccionamiento. En opinión de algunos transeúntes, cruzar la estructura tubular genera vértigo. Los espacios publicitarios que se despliegan sobre dicha estructura generalmente anuncian ofertas de

---

<sup>68</sup> Semanario Zeta, No. 1872, del 12 de febrero de 2010, pp. 42-A, 43-A.

<sup>69</sup> *Ibid.*

vivienda, por ejemplo: condominios frente al mar y desarrollos exclusivos. Enseguida del puente hay un espectacular que anuncia eventos culturales. En el horizonte se ven postes que sujetan anuncios luminosos de los comercios principales del área: tiendas de autoservicio, restaurantes y salas de cine. Esta zona es considerada de nivel económico alto.

**Figura 2.8: Lista de Komun y Moph, de Zona Norte en Playas de Tijuana**



Fuente: fotografía propia, 2010.

El fraccionamiento fue fundado en 1959, tiene un circuito vial en forma de elipse que lo recorre perimetralmente, su superficie es sobre todo de uso residencial, aunque las avenidas principales se han convertido en zonas comerciales. Su suelo tiene un alto valor en el mercado inmobiliario, ya que concentra todos los servicios y equipamiento urbano; cuenta con sub delegación municipal, estación de policía, bomberos, casa de la cultura, áreas deportivas, además de áreas verdes, malecón, playa y vista al mar. Las avenidas son amplias, están bien trazadas. Todas las vialidades cuentan con banquetas y señalización. Algunas de las paradas de transporte urbano tienen mobiliario de tipo parabús con vitrinas para publicidad y bancas con portapancartas. También en algunas esquinas que funcionan como nodos hay carteleras de tipo valla; se han contado 12 en total: 6 en Paseo Ensenada y 6 en Paseo Playas de Tijuana.

Playas de Tijuana, llama la atención del resto de la ciudad, porque mantiene la identidad en el diseño urbano, con lo cual conserva las premisas con las que fue diseñado:

funcionalidad, modernismo y exclusividad. Al interior del fraccionamiento, existen pocos graffiti, ya que también hay grupos que se encargan de borrarlos. No obstante, en Paseo Playas de Tijuana, se encuentran dos plazas comerciales, cuyas cornisas han sido utilizadas para desplegar batallas de graffiti. Protagonizando las listas, hay nombres que también se pueden leer en la Zona Centro: Moph, Komun, Biek, Kiebre, entre otros. Frente a este sitio, las carteleras publicitarias tiene una placa que identifica la compañía que las opera —estos es importante porque en Tijuana la mayoría de las carteleras no tiene registro. Prácticamente no hay graffiti en las zonas residenciales, por el contrario éste se concentra en el acceso y en las periferias, particularmente en bordes amurallados del fraccionamiento. A razón de ello, hacia la salida a Ensenada se pueden ver las bardas cubiertas de graffiti, en todo el perímetro contiguo a la carretera por alrededor de 4 kilómetros.

En resumen, el área de estudio es representativa de la ciudad, en función de que incluye algunos de sus aspectos más importantes:

- I. La proximidad con Estados Unidos de América (E.U.A.), con su puerta de acceso en la Garita Internacional de San Ysidro y la franja fronteriza, representada en la malla que recorre Avenida Internacional y la prolongación de La Avenida Segunda.
- II. El núcleo urbano primigenio, en Zona Centro, adyacente a E.U.A. —considerados como elementos primarios—, así como adiciones al núcleo original, como las manzanas de Zona Norte y Colonia Alemán.
- III. Fraccionamientos creados a partir de la segunda mitad del Siglo XX, en el área del El Soler, Los Altos considerados como barrios de nivel económico medio y bajo; así como y Playas de Tijuana, considerada zona de nivel económico alto.
- IV. Zona Río, espacio creado para dar una cara pujante de la ciudad, concentra las sedes del poder político y económico, así como una importante actividad comercial, representa la modernidad tardía en la ciudad.
- V. Las zonas habitacionales en las periferias de la ciudad que sintetizan las respuestas, populares y oficiales para responder las demandas de vivienda, tanto en los fraccionamientos de producción masiva, tanto las viviendas autoconstruidas con materiales de desecho en zonas de difícil acceso.

### **Conclusiones preliminares:**

La manera en la que se presenta la producción gráfica en la ciudad, es representativa de la geografía simbólica del paisaje urbano, donde hay zonas diferenciadas en razón al valor del suelo urbano y su cercanía con el campo de poder (capital económico y político). Las zonas habitacionales pueden representar prestigio, exclusividad o subalternidad. Éstos también son valores diferenciados, que se ordenan según las estrategias de ocupación del suelo urbano y las capacidades de participación económica en un mercado inmobiliario encarecido. Es por ellos que las estrategias de autoconstrucción y apropiación irregular del suelo urbano, contrastan con el dinamismo que promueve la arquitectura posmoderna de Zona Río o la exclusividad de los fraccionamientos amurallados. En este contexto el graffiti se inserta como un producto cultural subalterno, realizado con medios al alcance de la propia mano, potenciando el valor simbólico de la subversión frente a la cultura legitimada por el poder político y económico, expresados en la publicidad y la propaganda política.

El análisis del espacio a través de las categorías que ofrece Lynch, permite identificar la correlación entre expresión visual y soporte material donde se presentan, es decir algunas imágenes se colocan en las sendas, en los bordes, en los barrios, en los nodos y en sitios de referencia, lo que revela distintas intenciones o significados por parte de sus productores. Por ejemplo, las sendas son la expresión cotidiana del andar de los grafiteros; siendo estas, las inmediaciones de la casa, la escuela, el trabajo, aunque también las rutas del ocio. Por lo tanto, las sendas sugieren los recorridos en donde los grafiteros van dejando huella de su paso, generalmente escrituras de nombres, realizadas de manera rápida y furtiva. Además que, la cantidad y calidad de estas transgresiones se acumulan en el historial de sus productores.

Por otro lado, las sendas están flanqueadas por bordes que marcan los límites entre un espacio y otro. De modo que, los bordes materializados en las paredes, suelen ser el soporte más utilizado por los grafiteros, quienes por medio del graffiti retan las nociones de la demarcación territorial en propiedad pública o privada. Seguidamente, el barrio, entendido como el entorno inmediato y primario del grafitero, funciona como campo de entrenamiento, y sus límites, llegado el momento son cruzados, para buscar espacios donde los actos del graffiti tengan mayor repercusión. De esta manera, el grafitero sale de su

entorno y se aventura a nuevos territorios para continuar la escritura de su nombre sobre paredes, puentes, postes, mamparas y cualquier espacio, que ayude a visibilizar su expresión gráfica. Además que, nuevos espacios, ameritan nuevas producciones de graffiti, que atraigan la atención, ya sea a través de innovaciones en el estilo. en la letra, en el tamaño o en la ubicación de las firmas.

Los nodos concentran rutas y actividades, donde confluyen los flujos peatonales y vehiculares. Estos lugares son codiciados por los grafiteros que buscan demarcarse como los punteros en la práctica del graffiti clandestino, mismos que privilegian los sitios de difícil acceso y de amplia visibilidad, aunque se acrecenta la dificultad para realizar los trazos subrepticios del graffiti. Por último, se obtiene mayor diferenciación, a través de la apropiación, a veces efímera, de sitios de referencia. En el paisaje urbano, se encontró graffiti sobre cornisas y fachadas de centros comerciales, cúpulas de iglesias, monumentos, marquesinas, espectaculares, e incluso sobre la valla de división territorial entre México y Estados Unidos, que también se considera sitio de referencia. Lo anterior ilustra, que la ubicación en el paisaje urbano, es un elemento diferenciador en la práctica del graffiti que sus productores aprovechan para alcanzar distintas significaciones del graffiti, según el lugar dónde se coloca, o dónde aparece a la vista de los observadores.

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA**

### **Perspectiva metodológica:**

La teoría general en la que se sustenta el marco teórico de este proyecto es la teoría de campos de Bourdieu, en consecuencia se sitúan las distintas maneras de producir las formas simbólicas que se despliegan en el paisaje urbano, dentro de campos de lucha simbólica por legitimar los productos y las prácticas de producción que caracterizan a los campos del graffiti, la publicidad y la propaganda. En consecuencia, el paisaje urbano, es entendido como el campo de interacción en donde se hacen visibles éstas formas simbólicas, a su vez dicho campo se caracteriza por la asimetría entre los agentes sociales que participan dentro de él; tanto por diferencias de clase, generacionales (jóvenes y adultos), profesionales, género. También entre dichos agentes existen desigualdades estructurales de distribución de recursos, privilegios, oportunidades y participación en el macro campo del poder.

Conceptualmente se entiende a las prácticas de producción de graffiti, publicidad y propaganda, como maneras diferenciadas de producción visual que participan en subcampos especializados —caracterizados por cada forma simbólica—, que sin embargo, confluyen en el campo de circulación el paisaje urbano. Consecuentemente en este campo participan agentes sociales que producen formas simbólicas y a través de las cuáles el paisaje urbano adquiere distintos significados. Además estos agentes, establecen una dinámica social de competencia por hacerse visibles en el paisaje urbano, haciendo uso de los capitales con los que cuentan y poniendo en práctica distintas estrategias. A su vez, las relaciones entre los agentes que participan dentro del campo, conforman conceptualmente, la estructura social del campo social referido; por lo que, siguiendo a Bourdieu, se plantea un método estructural constructivista, para armar el campo de producción visual del paisaje urbano en Tijuana con insumos provenientes del trabajo de campo.

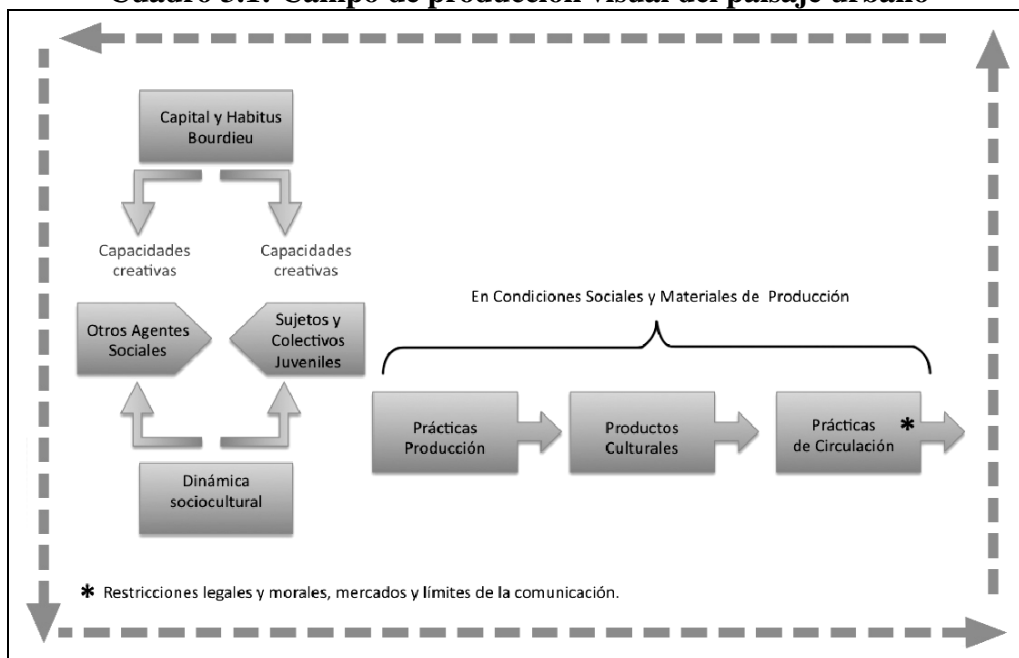
### **Operacionalización de los conceptos e hipótesis.**

La gran teoría adoptada en esta investigación es la teoría de campos de Bourdieu. Para operacionalizarla se construyó conceptualmente el campo social donde se dan las relaciones que se van a analizar. Con base en ésta teoría se desarrolla el concepto de campo de producción visual en el paisaje urbano, construido a través de las preguntas: ¿qué se produce?, ¿cómo se produce? y ¿cómo circulan?; respectivamente, los productos culturales, las prácticas de producción y las prácticas de circulación, que se despliegan el paisaje urbano

de Tijuana. Para ilustrar éstas relaciones, se construyó el diagrama del campo de producción visual (cuadro 3.1), basado en los conceptos y categorías que se encuentran en la teoría de campo social de Pierre Bourdieu y campo de interacción de John B. Thompson. A su vez, debido a que las condiciones sociales y materiales de producción son importantes para los autores citados, éstas se describieron en el capítulo contextual y se utilizan en el análisis de las formas simbólicas.

El diagrama del campo de producción visual, está basada en la teoría general descrita y en otras investigaciones empíricas consultadas<sup>70</sup>. A continuación se explica su funcionamiento: Al interior del campo de producción visual se genera una dinámica sociocultural entre agentes que producen mensajes gráficos. Las capacidades creativas de éstos están gobernados por dos conceptos claves (capital y *habitus*), mismos que en la teoría de Bourdieu explican las posibilidades materiales, sociales y subjetivas de la creación<sup>71</sup>. A su vez los agentes sociales, son productores culturales y sus producciones tienen una realidad material y simbólica.

**Cuadro 3.1: Campo de producción visual del paisaje urbano**



Elaboración propia

<sup>70</sup> Ver las condiciones socioculturales de producción del mensaje en el trabajo de Reguillo (1991, 20-71).

<sup>71</sup> Según Lee (1997, 133) el *habitus* es una capacidad infinita para generar productos, pensamientos, percepciones, expresiones, acciones, cuyos límites son fijados por las situaciones históricamente fijadas y las condiciones de producción.

## **Análisis Sociohistórico**

John B. Thompson sugiere que la interpretación de las formas simbólicas se fundamente en un análisis socio histórico, tomando en cuenta el contexto de producción y los agentes sociales que participan él. Seguidamente, sugiere que se lleve a cabo el análisis formal o discursivo de las formas simbólicas.<sup>72</sup> Esta investigación está vertebrada por el encuadre teórico metodológico de Thompson (2006, 395-463), en el cuál se conjuntan el análisis sociohistórico y el análisis formal con el fin de enmarcar el contexto estructurado e históricamente situado, en que se producen las formas simbólicas. El análisis sociohistórico de Thompson (2006, 409-412) incluye 5 dimensiones. A continuación que se describe como se utilizan en esta investigación:

### **1. Escenarios Espacio-Temporales:**

La dimensión espacio temporal se desarrolla a través de la descripción contextual del fenómeno social a analizar, en un lugar y tiempo específico. A su vez, dado que el trabajo incluye el análisis de expresiones gráficas inscritas en el paisaje urbano, es necesario situar dichas expresiones en el contexto geográfico de la ciudad que se investiga. Otro aspecto de esta dimensión es que el espacio físico de la ciudad, también es una geografía simbólica que se describe y se analiza. Por ejemplo, el valor diferencial del suelo urbano, se da en función la ubicación geográfica, pero también en función de valores subjetivos como la imagen que proyecta. Para desarrollar este punto en el capítulo anterior se llevó a cabo una descripción etnográfica de los espacios del graffiti y de la publicidad en algunas zonas clave de la ciudad, además se utilizaron mapas. En el último capítulo, se hace alusión a dicha descripción para situar a los agentes sociales y las formas simbólicas que se analizan. También esta dimensión es el escenario en dónde se sitúan los agentes sociales que interactúan en el paisaje urbano.

### **2. Campos de Interacción:**

Thompson (2006, 220-221) describe el concepto de campos de interacción, basándose en la teoría de campo social de Bourdieu.<sup>73</sup> Además explica que las reglas de interacción adentro de los campos se actualizan cotidianamente a través de esquemas flexibles que

---

<sup>72</sup> El último análisis se hace de manera adicional, ya que se supedita al contexto sociohistórico.

<sup>73</sup> “Según Bourdieu, un campo de interacción puede conceptuarse de manera sincrónica como un espacio de posiciones y diacrónicamente como un conjunto de trayectorias. Los individuos particulares se sitúan en ciertas posiciones en este espacio social y siguen, en el curso de sus vidas, ciertas trayectorias. Tales posiciones y trayectorias están determinadas en cierta medida por el volumen y la distribución de diversos tipos de recursos o «capital»”. Thompson (2006, 220).

orientan la acción de los individuos de manera convencional—sin que sean explícitos o estén en códigos formales como el marco legislativo. También da un peso importante a la reproducción de las formas de interacción que son inculcadas socialmente. La misma idea es desarrollada en Bourdieu a través del concepto de *habitus*. Posteriormente Thompson explica como analizar el campo de interacción: “Podemos analizar un campo como un espacio de posiciones y un conjunto de trayectorias, que unidos determinan algunas de las relaciones que se dan entre los individuos y algunas de las oportunidades que tienen a su disposición. Al seguir cursos de acción en los campos de interacción, los individuos aprovechan los diferentes tipos y cantidades de recursos o «capital» que tienen a su disposición, así como una variedad de reglas, convenciones y esquemas flexibles. ” (Thompson 2006, 409).

Finalmente, Para trabajar con éstos conceptos, y según el interés que motiva ésta investigación (la disputa simbólica por la apropiación del paisaje urbano), es necesario ubicar cual es el capital en disputa adentro del campo social que se investiga, o desde la perspectiva de Thompson, dentro del campo de interacción. En este caso lo que está en contienda es la visibilidad dentro del paisaje urbano.

### 3. **Instituciones Sociales:**

Las instituciones sociales son un tipo de agente social cuya dimensión e importancia es total en la dinámicas socioculturales. Las instituciones sociales actúan dentro de los campos de interacción para definir y redefinir las reglas, los recursos y las relaciones que se establecen en los campos sociales en donde inciden. Por lo anterior las instituciones sociales pueden afectar a los agentes sociales que participan tanto adentro como afuera de ellas. Una recomendación metodológica para el análisis de las instituciones sociales es: “verificar su desarrollo a lo largo del tiempo y examinar las prácticas y actitudes de los individuos que actúan por ellas y dentro de ellas” (Thompson 2006,410). En esta investigación se analizan instituciones sociales como el marco legislativo de Baja California y Tijuana, así como La Secretaría de Seguridad Pública que se encarga de hacer cumplir dicho marco legislativo y sancionar a los agentes sociales que lo transgreden.

### 4. **Estructura Social:**

La estructuración social es un ámbito teórico del análisis cuyo objetivo es explicar la manera en que se estructuran las diferencias sistémicas entre los agentes sociales que participan adentro de los campos sociales. Por ejemplo la construcción social de la diferencia

de género es un eje articulador de las relaciones sociales al interior del campo del graffiti. La recomendación metodológica para analizar la estructuración social es organizar los conceptos en niveles y categorías, estableciendo relaciones entre unos y otros. A su vez es necesario vincular los conceptos con evidencia empírica de las asimetrías detectadas. Otras relaciones estructuradas que aparecen en esta investigación son generacionales (jóvenes versus adultos), de trayectoria (veteranos versus pretendientes), de clase (grafiteros vs. publicistas), de escala (institución social versus individuo), etcétera.

## **5. Medios Técnicos de Transmisión:**

El análisis de los medios técnicos de transmisión es una dimensión privilegiada en este estudio. Para ello se implementa una matriz de análisis de medios técnicos de producción, además se construye el campo de producción visual del paisaje urbano incluyendo prácticas de producción, prácticas de circulación y restricciones a la circulación. La descripción de cómo opera este concepto se exponen en Thompson (2006, 411) de la siguiente manera: “los medios técnicos no existen aislados. Se insertan siempre en contextos sociohistóricos particulares; presuponen siempre ciertas habilidades, reglas y recursos para codificar y decodificar mensajes, atributos distribuidos en sí mismos de manera desigual entre los individuos; y con frecuencia se despliegan en aparatos institucionales específicos que pueden estar relacionados con el control de la producción y la circulación de las formas simbólicas”. El análisis de los medios técnicos de transmisión se desarrolla posteriormente en este capítulo, de momento sólo interesa conocer las categorías que comprende esta dimensión.

## **Técnicas de recolección de datos**

### **1. Técnicas cualitativas**

El enfoque cualitativo en la investigación propone informar con objetividad, claridad y precisión acerca del mundo social a través de las observaciones del investigador, a la par que consigue captar las experiencias de los investigados utilizando distintas técnicas de recolección de datos. Para lograr este propósito se puso en práctica las técnicas que se describen a continuación. A su vez el proceso de recolección de datos estuvo asistido por las preguntas de investigación y la teoría que sustenta el estudio. En concordancia, las técnicas de recolección de datos cualitativas se ajustan a los conceptos y categorías que se analizan.

Con el método de la observación participante se buscó colocarse dentro del contexto en dónde se generan las formas simbólicas, las prácticas de producción y circulación a estudiar. En el desarrollo de la investigación cualitativa, ser intruso, invitado o participante en la cultura que se desea estudiar, significa ocupar una posición diferenciada frente a los ojos de las personas que pertenecen a ella. Por esa razón, se procuró posicionarse como observador participante, siempre que fue posible, actuando con naturalidad en los eventos y actividades estudiadas y frente a las personas que conforman los campos culturales que se investigaron.

La fotografía se utilizó como técnica de investigación complementaria a la observación participante, retomando las experiencias de otros investigadores socioculturales que han descrito campos culturales conjuntando éstos métodos. Por ejemplo, Bourdieu (2008, 55), utilizó la fotografía como diario visual para registrar: “todo aquello infinitamente pequeño de la práctica que escapa al etnólogo más atento” Sin embargo, en su trabajo etnográfico en Argelia, ésta técnica no le eximió del uso del diario de campo<sup>74</sup>. Otro ejemplo sobre el uso de la fotografía en el trabajo etnográfico, procede de Collier (1999, 19-23), en referencia a un observador con poca experiencia en el tema a estudiar; en cuyo caso se sugiere el uso de la fotografía debido a que permite hacer registros visuales exactos de cualquier entorno; por lo que es de gran utilidad si el investigador tiene poco conocimiento del área. Además de que el uso de la fotografía puede acelerar la fase inicial de orientación y reconocimiento del campo<sup>75</sup>. En su investigación sobre pandillas y graffiti en Los Ángeles, Phillips (1999, 25) advierte sobre los riesgos de utilizar imágenes para inferir significados: “*without people and context, graffiti are no more than the meanings our imaginations give them.*”. Por eso, en la investigación que se llevó a cabo el significado de las imágenes fue elicitado con quienes las produjeron (o sus homólogos), retomando el sentido del contexto de producción al que pertenecen y dónde se presentan, a través de la técnica de investigación: fotografía elicitada.

---

<sup>74</sup> Bourdieu (2008, 29-57). Entrevista con Pierre Bourdieu del 26 de junio de 2001, en el College de France, por Franz Schultheis en Pierre Bourdieu en Argelia: Imágenes del desarraigo. México: COLMICH y CEMCA.

<sup>75</sup>El caso referido es sobre investigador que estudia el cambio cultural en la pesca canadiense y para ello tiene que dar cuenta de las diferencias sutiles, entre técnicas de pesca, botes, tecnologías para empaque, etc. Frente a éstas tareas, la fotografía puede facilitar la investigación y ahorrar tiempo para conocer los detalles de la cultura.

La entrevista es la herramienta que apoya en la recolección de narrativas de los participantes, para dar cuenta de los significados que dan, tanto las prácticas de producción, como los productos culturales. A su vez, la fotografía ayuda a la investigación etnográfica y sirve de referencia visual ayudando a transportar el mundo que el investigador percibe y el participante conoce. La conjunción de métodos de investigación etnográfica se recomienda en Melleiro y Gualda (2005) de la siguiente manera: “aliar las técnicas de recolección de datos en investigaciones, tales como la fotografía y la entrevista de forma complementaria, puede contribuir para el registro y la interpretación de las narrativas de los participantes en la investigación”.

En conclusión las técnicas cualitativas que asistieron a la colección de datos del fenómeno cultural a estudiar fueron la entrevista etnográfica, la observación participante y la fotografía. Por tanto, los datos colectados provinieron de distintas fuentes, tanto para documentar los testimonios de los participantes de la investigación y su la visión desde el interior de las prácticas de producción de formas simbólicas en el paisaje urbano; así como para registrar los productos culturales generados en el paisaje urbano y sus anclajes al contexto de producción y circulación en Tijuana.

## **2. Análisis Documental**

Debido a que la información reunida en el trabajo de campo proviene de una muestra sucinta de productores de graffiti, se recurrió al análisis de documentos oficiales y análisis hemerográfico para reportar algunos datos sobre la presencia de los grafiteros en la ciudad. Por ejemplo, se recurrió a las cifras de La Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM) para conocer el número estimado de actores que participan en esta dinámica. A su vez, dado que los sujetos y colectivos juveniles estudiados comparten situaciones y contextos generales con otros jóvenes de la entidad federativa donde se llevó a cabo la investigación; para dar cuenta de ello, se recurrió al Estudio de Juventud de Baja California 2009, realizado de manera posterior a la Encuesta Nacional de la Juventud de los años 2000 y 2005<sup>76</sup>. A su vez, el Estudio de Juventud de Baja California 2009, ayuda a desagregar a los jóvenes que hacen graffiti del conjunto general de actitudes y valores con la que se construyó la juventud bajacaliforniana en dicho estudio.

---

<sup>76</sup> Dichas fuentes se utilizaron de manera complementaria para cubrir los rubros que no explora el estudio ulterior.

Por otro lado, muchos de los aspectos que atañen a la situación actual de ciudad son estudiadas en el Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Tijuana 2002-2025 (PDUCPT). Entre los que destacan: usos de suelo, infraestructura, equipamiento urbano e imagen urbana. Esta información es presentada como diagnóstico y prospectiva. En conclusión la información obtenida a través del análisis de documentos es un encuadre importante, pues complementan el enfoque cualitativo con el que se aborda esta investigación.

### **3. Técnicas espaciales**

#### **Construcción de escalas para imaginar la ciudad**

La cuestión de escala en la que se estudia un área también es de suma importancia. Jean Tricart, citado Rossi (1981, 85), propone tres escalas para el análisis de la geografía social en las ciudades: la escala de la calle, la escala del barrio y la escala de toda la ciudad.

Kevin Lynch propone que la gente percibe a la ciudad como una totalidad compuesta de elementos que reconoce a través de la observación. Se entiende que el usuario de la ciudad, la imagina desde diferentes escalas. Sobre todo porque Lynch construye la representación mental del paisaje urbano con elementos que aluden a distintas escalas dentro de la experiencia urbana: “Los barrios están estructurados con nodos, definidos por bordes, atravesados por sendas y regados de mojones. Por lo regular los elementos se superponen y se interpenetran. Si este análisis comienza por diferenciar los datos en categorías, debe terminar con su reintegración a la imagen total” (1985, 64). Recuperando la cita anterior, se entiende en el sentido general, que las imágenes parciales con las que se percibe la experiencia urbana se vinculan a un constructo que se identifica con la totalidad del espacio físico reconocido como una ciudad. Además en el sentido particular, que las imágenes mentales del paisaje urbano, se puede representar desde distintas escalas. Por ejemplo, a nivel de la calle, a nivel del plano barrial, a través de recorridos, mapas, y otros medio de expresión.

#### **Mapas y redes**

El espacio empírico de la ciudad se trabajó a través de mapas y redes. Rescatando la propuesta metodológica de Saukko (2003, 171-173), quien reflexiona sobre la observación

del espacio desde una mirada general a través de mapas y desde puntos de vista particulares en el espacio social, es decir a través de nodos al interior de las redes sociales.

El uso de mapas en la investigación, ayuda a situar algunos procesos económicos, políticos y sociales que se dan sobre la geografía a estudiar. En otras palabras, ayudan a representar una visión general que contextualiza éstos procesos. Los mapas se caracterizan por una visión instrumental del espacio geográfico, cuyo precedente histórico es la cartografía colonialista que generó conocimientos sobre grandes extensiones de tierra para facilitar el control sobre ellas.

La observación desde los nodos sociales, representan posiciones particulares sumergidas en el espacio empírico, trayendo al presente la naturaleza parcial del lugar desde donde se observa. A su vez, en la experiencia vivida las visiones del espacio pueden ser diferentes y no se pueden organizar jerárquicamente a razón de que siempre se observa desde distintas posiciones. Finalmente, a través de la metáfora de la red, las interconexiones entre los eventos a estudiar, se vuelven complejas y contradictorias. De cualquier manera, no se puede decir que la observación desde el mapa represente una macro visión y la observación desde la red sea una visión mini, por el contrario, sino que cada método ve los objetos de estudio desde diferentes posiciones que son siempre parciales y políticas.

### **Estratificación social de la mirada**

Kevin Lynch (Lynch 1985, 15), encuentra en sus investigaciones que la percepción colectiva de un espacio puede ser compartida entre individuos pertenecientes a un mismo grupo social y puede ser discordante a medida que se acrecienta las distinciones sociales. Ello explica que un mismo paisaje pueda significar cosas distintas para diferentes observadores. A razón de ello, el trabajo de Lynch abre la posibilidad de reconocer la estratificación social de las miradas sobre el paisaje urbano. Las miradas que entrecruzan esta investigación corresponden a grupos juveniles, empresarios y funcionarios públicos, que en lo general pueden compartir intereses intragrupales y pero en lo particular pueden presentar divisiones de clase, género, generacionales, etc. Por lo que incluso dentro de los grupos puede haber diferentes visiones sobre los fenómenos a estudiar.

### **La mirada del investigador:**

El investigador enmarca y observa el objeto de estudio a través de un arsenal de teorías y métodos de investigación y análisis. En este sentido, la suya es una mirada entrenada para

indagar, registrar o descubrir aspectos relevantes al tema de estudio. A su vez, la mirada del investigador representa una manera particular de ver y comprender los fenómenos socioculturales, y en este caso se dirige hacia la elucidación de aspectos relacionados con la construcción simbólica del paisaje urbano. El suyo también representa un punto de vista sobre el paisaje urbano.

### **La cámara fotográfica**

La cámara fotográfica tiene un poder de representación de la realidad social integrado por dos modos de representación; por un lado el medio fotográfico tiene la capacidad de generar imágenes descriptivas sobre la apariencia externa del mundo real, sin embargo, también tiene el poder de expresar el aspecto intencional del operador del medio fotográfico, que generalmente se vincula al punto de vista del autor. Esta conexión es tan fuerte, que incluso cuando la toma fotográfica es adjudicada al automatismo de la cámara, las elecciones previas en cuanto a cómo, cuándo, dónde se va a fotografiar, pero sobre todo, el qué y para qué, remiten al aspecto intencional de la fotografía. En este sentido la toma fotográfica también nos da información acerca del sujeto que opera el medio, y el uso social que tiene la representación fotográfica en el caso particular de una imagen o de un cuerpo de imágenes.

Empíricamente la representación de un paisaje urbano implica la elección de un punto de observación, y el uso de un medio técnico para representarlo. A su vez, la mirada del investigador representa un punto de vista sobre el paisaje urbano. En la investigación que se llevó a cabo, se utilizó la cámara fotográfica como medio técnico de representación del paisaje y para describir paisajes concretos se realizaron encuadres fotográficos a nivel de la calle. Las imágenes obtenidas se vinculan conceptualmente a un constructo de mayor escala, que se identifica con la totalidad del espacio físico reconocido como ciudad.

El graffiti y la publicidad que se inscriben en el paisaje urbano, son signos objetivos que se pueden aprehender por vía de observación directa y fijarse a través del acto fotográfico. Se adelantó que el registro fotográfico devela las intenciones del operador del medio fotográfico, sin embargo también las imágenes portan el carácter simbólico del objeto fotografiado. Además, los significados que otorgan los participantes de la cultura a sus creaciones, pueden ser conocidos realizando entrevistas con los sujetos creadores. Complementariamente se puede utilizar la fotografía, para explicitar y recuperar los significados que operan al interior de la cultura estudiada. Ésta técnica la podemos nombrar:

fotografía elucidada por los participantes. Las fotografías pueden ser proporcionadas por y desde la mirada del investigador, lo cual tiene implicaciones específicas, a diferencia de cuando las fotografías son realizadas por los sujetos creadores de las formas simbólicas. De cualquier manera es importante recuperar el sentido, la explicación o el comentario del autor, para operativizar esta técnica de investigación.

Finalmente, el uso de la fotografía en campo, generalmente llama la atención de los participantes en la investigación, por lo que la cámara fotográfica se fue introduciendo poco a poco en la medida en que los participantes se mostraban tranquilos con su presencia.

### **Grabaciones en video:**

El registro en video, fue una técnica que complementó la investigación, sobre todo en situaciones donde participaron varias personas, como en el diálogo que tuvieron, la directora de EL IMAC y el Jefe del Grupo Antigraffiti de LA SSPM, frente a participantes del Bazar de Expresión Urbana, en octubre de 2009<sup>77</sup>. Al llevar a cabo grabaciones en video se pusieron en práctica dos modalidades de registro: el video dirigido puro, que se grabó sin intervención del investigador y el video dirigido empático, donde el investigador, hizo preguntas a informantes clave<sup>78</sup>.

### **Selección de los entrevistados**

Las personas entrevistadas son agentes sociales que inciden en la generación del paisaje urbano y se tomaron en cuenta, tanto a quienes producen las formas simbólicas contempladas en este estudio, como a los que sancionan el uso del paisaje urbano.

Los informantes relacionados con la generación de graffiti y publicidad cumplieron con los siguientes criterios: participan en la producción de las formas simbólicas contemplados en esta investigación y pertenecen a los grupos que las generan. Los informantes asociados a cada modo de inscripción se vinculan en el caso del graffiti a colectivos juveniles<sup>79</sup>, y en el caso de la publicidad a agencias que ofrecen servicios de

---

<sup>77</sup> Se utilizó este material videograbado debido a que la situación puso de manifiesto varios de los observables que se perseguían en la investigación, en particular en el nivel de los discursos del poder, en la figura de los funcionarios públicos del XIX Ayuntamiento de Tijuana.

<sup>78</sup> Durante la investigación se hizo registro documental de una programa de arte público que ¿Qué sucede si los escritores de graffiti se les otorga el lugar más visible en el paisaje urbano?...material que se trabaja conjuntamente con la curadora de arte.

<sup>79</sup> El colectivo refiere a la reunión de varios jóvenes que exige cierta organicidad y cuyo sentido prioritariamente esta dado por un proyecto o actividad compartida (Reguillo 2000, 19).

publicidad en espectaculares o carteleras. Por otra lado, se descartó hacer entrevistas con representantes de partidos políticos.

Para llevar a cabo la investigación, también se realizaron entrevistas con informantes clave, situados estratégicamente en posiciones de poder, siendo éstos funcionarios de gobierno que se encargan de sancionar el uso del paisaje urbano y representantes de organismos empresariales que emiten sanciones contra el graffiti. Complementariamente se hicieron entrevistas con voluntarios juveniles<sup>80</sup> que participan en actividades para mejorar la imagen de la ciudad y campañas antigraffiti promovidas por el Ayuntamiento de Tijuana. De esta manera los entrevistados asociados a posiciones de poder, que se manifiestan en contra de la producción de graffiti se sitúan en:

Dependencias públicas, por lo que se hicieron entrevistas a directores o subdirectores de:

- La Dirección de Administración Urbana (D.A.U.)
- La Unidad Antigraffiti de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal (S.S.P.M.)

Organismos empresariales; por lo que se hicieron entrevistas a:

- Presidente y coordinadora del Consejo de Imagen de Tijuana (C.I.T.)

Grupos antigraffiti, por lo que se hicieron entrevistas a:

- Jóvenes asistentes a la iglesia cristiana La Roca.

Se logró contacto con los jóvenes que asisten a la Iglesia cristiana La Roca y que participan en actividades antigraffiti, de manera incidental mientras hacía trabajo de campo. Lo que resultó interesante es que varios de los jóvenes entrevistados en la iglesia, manifiestan haber sido grafiteros. Adicionalmente, este grupo juvenil comparte con otras agrupaciones juveniles la idea de que es necesario cambiar la imagen de ciudad, o proyectar una imagen que se distancie de las connotaciones negativas con los que se asocia a Tijuana sobre todo en los capitulares de la prensa en relación a violencia e inseguridad que se asocia con la ciudad. Otro organismo empresarial que emite sanciones contra el graffiti y se manifiesta a favor de cambiar la imagen de la ciudad es Coparmex

---

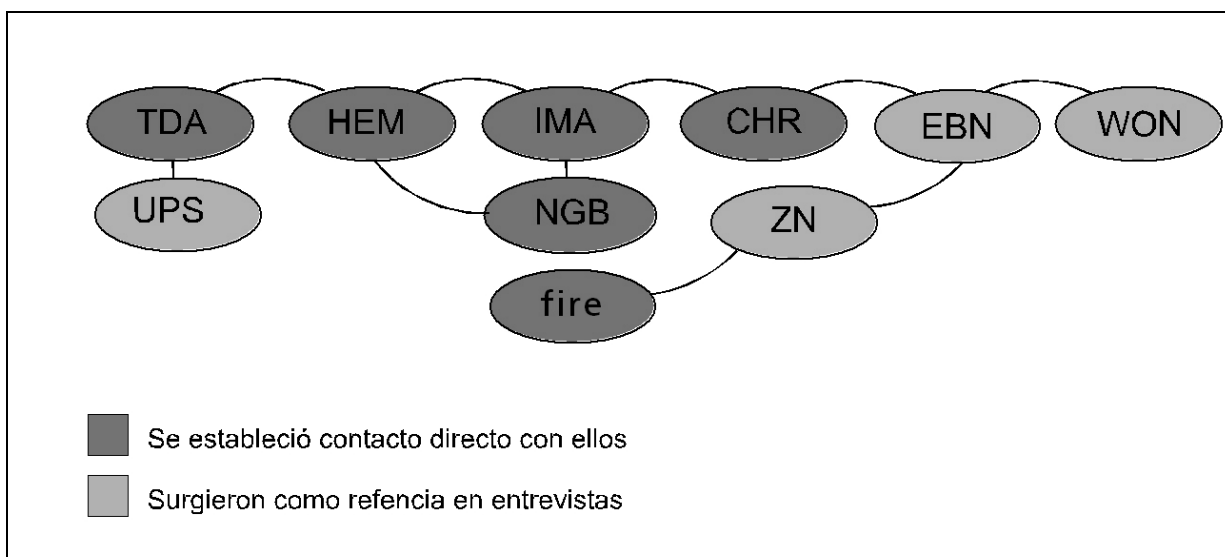
<sup>80</sup> A través de su adhesión a las acciones de gobierno, los voluntarios sancionan moralmente a las producciones de graffiti. No obstante también pueden portar justificaciones particulares o grupales que los impulsan a actuar en contra del graffiti.

(Confederación Patronal de la República Mexicana), por lo que se solicitó información vía telefónica sobre el programa que implementaron durante el transcurso de este investigación “Valores por Tijuana” y se dio seguimiento a través de la prensa.

### Contacto con los entrevistados y trabajo en red:

Los participantes de la investigación fueron contactados a través de redes en la que se desarrollan. Para el caso de funcionarios gobierno y los empresarios, fue sencillo ubicarlos, ya de que se trata de figuras públicas. Por lo que se agendaron entrevistas en sus oficinas o se les contactó en eventos públicos. Los colectivos juveniles que hacen graffiti, son medianamente clandestinos, sin embargo debido a que al interior de las redes juveniles se trazan vínculos que comunican a los productores de graffiti, fue posible contactarlos, a través de la técnica de bola de nieve.

**Cuadro 3.2: Crews ubicados en el trabajo de campo**



Fuente: elaboración propia con información recabada en trabajo de campo

Con el objetivo de obtener información de diferentes crews, se construyó una investigación en red, a través de generar lazos de confianza entre una persona que me refería otra. Se logró contactar a 6 crews que son los que aparecen resaltados en la gráfica, sin embargo los otros crews a los que se hace mención en el estudio, son referenciados por los entrevistados que pertenecen a los crews con los que se logró contacto directo. En el acopio de datos, lo que tomó más tiempo fue contactar a los integrantes de colectivos que producen graffiti, sin embargo, una vez que se logró la entrada a este circuito de información, las

entrevistas se dieron en función de tener el voto de confianza del escritor de graffiti que logró el contacto entre él y un escritor de otro crew, y así sucesivamente. Aunque, para validar los datos, fue necesario, obtener información de diferentes crews. Solamente uno de los entrevistados fue contactado de manera incidental, mientras se realizaban fotografías de graffiti en la calle. Concretamente se hicieron entrevistas a profundidad con 6 integrantes de colectivos de graffiti con trayectorias de al menos 3 años en la práctica del graffiti, con edades entre los 18 y 35; con relación al sexo 5 son hombres y 1 es mujer. Dos de los entrevistados han estado internados por hacer graffiti en el Centro para Menores Infractores (EL CEMI) por 6 y 2 meses , y los otros han sido detenidos por 1 semana y 72 horas, en separos de La Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM)

### **Fuentes Primarias de información:**

Las fuentes primarias de información provienen tanto de la observación participante y la entrevista etnográfica, como de la fotografía realizada por el investigador.

Con base en este método de observación participante, se recogió información dentro de colectivos juveniles que producen graffiti. En la situación descrita, se grabaron entrevistas o conversaciones con los informantes según lo permitió el contexto de interacción<sup>81</sup>, y en otras ocasiones se tomaron notas de campo. También se utilizó la fotografía como técnica que asistió a la observación participante, de tal manera que se crearon archivos fotográficos, en donde se concentraron datos visuales que asistieron a la descripción y el análisis.

### **Fuentes Secundarias de información:**

Las fuentes secundarias de información provienen de investigación documental en publicaciones impresas o electrónicas y sobre todo se utilizaron para complementar la información recabada en campo; en varios casos se trató de situaciones contextuales previas a la investigación. Por otro lado, debido a que el objeto principal del estudio es el campo de producción del graffiti, no se hizo una etnografía de la producción de publicidad y propaganda; puesto que los otros campos de producción visual ayudan a contrastar y resaltar las características del primero.

Debido que la inscripción de formas simbólicas en el paisaje urbano, se encuentra regida por reglamentos que buscan controlar la manera en que se despliegan dichas formas

---

<sup>81</sup> Al llevar a cabo una investigación de este corte, Reguillo (1991, 62) encontró que al realizar entrevistas a profundidad la recolección de datos se dificultaba, debido a intervenciones del entorno y de otros participantes. En dicha coyuntura optó por grabar las conversaciones.

en el paisaje urbano; la metodología utilizada para acopiar información fue el registro documental de los edictos en torno al tema, a la par de un examen crítico del tratamiento empírico que ha dado a éstos reglamentos, a través de una investigación hemerográfica, para encontrar la correspondencia de la legislación con el tratamiento empírico que se le da. Finalmente para complementar la información se entrevistó a los funcionarios que dirigen los organismos públicos que sancionan el uso del paisaje urbano. Además se dio seguimiento a noticias relacionadas con la gestión municipal de La Dirección de Administración Urbana.

### **Estrategias de análisis**

Desde la teoría de Bourdieu se analizan los modos de legitimación y participación de los agentes sociales (tanto grupos como individuos) al interior de campos específicos, que a su vez se interconectan en el campo del poder. Por esta razón será necesario explicar los vínculos que acercan o distancian a los agentes sociales investigados con el campo del poder, a través de un diagrama de relaciones entre los agentes dominantes y subordinados que participan en la producción visual del paisaje urbano. De esta manera, la ciudad se puede representar como un espacio social que contiene campos en donde las posiciones dominantes (como el gobierno y la empresa), condicionan el resto de las relaciones sociales. Así, las expresiones gráficas en el paisaje urbano pueden representar un campo social en donde los agentes que generan formas simbólicas ocupan posiciones diferenciadas y se disputan los modos de hacerse visibles legítimamente en el paisaje urbano.

El campo de producción visual del paisaje urbano en Tijuana es una construcción conceptual, sin embargo el graffiti, y la publicidad que se presenta en las calles de la ciudad, son manifestaciones empíricas del concepto. A su vez estas formas simbólicas son producidas por sujetos reales y por vía de medios técnicos de producción, que van desde el trazo a mano, hasta la implementación de tecnologías de ampliación, reproducción de contenidos. Por otro lado, la matriz de análisis de medios técnicos para la producción de expresiones gráficas en el paisaje urbano (Cuadro 3.3), identifica las variables que se toman en cuenta para evaluar, o acreditar, la manera en que se producen y presentan las formas simbólicas en el paisaje urbano.

Anteriormente se argumentó que conceptualmente, las expresiones graffiti y publicidad son casos extremos en los que se presenta y producen las expresiones gráficas en el paisaje urbano —unas se elaboran con el permiso de la autoridad y otras prescinden de él—, aunque en los hechos ésto no es necesariamente es así.

**Cuadro 3.3: Matriz de análisis de medios técnicos de producción.**

<b>Unidad de Análisis</b>	↙	↘					
				<b>Tipo de Expresión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Variable</b>	<b>Valoración</b>
				Publicidad Propaganda	Código	Accesible	<b>Aceptado</b>
					Legibilidad	Alta	
					Emisor	Identificable	
					Soporte	Autorizado	<b>Legítimo</b>
					Técnica Gráfica	Industrial	
					Cumplimiento de la legislación	Legal	
					Emisor	acreditado	
				<b>Tipo de Expresión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Variable</b>	<b>Valoración</b>
				Graffiti	Código	Inaccesible	<b>Transgresor</b>
					Legibilidad	Baja	
					Emisor	No identificable	
					Soporte	No autorizado	<b>Illegítimo</b>
			Técnica Gráfica		Manual		
			Cumplimiento de la legislación		Ilegal		
			Emisor		desacreditado		

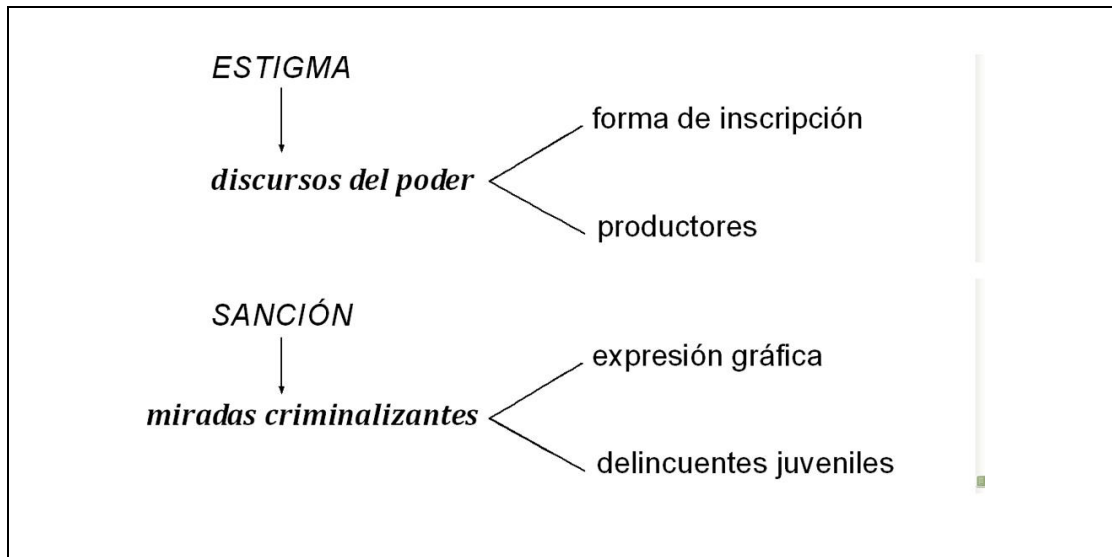
Elaboración propia

Por consiguiente al tomar en cuenta las expresiones gráficas como unidades de análisis se vuelve necesario trabajar con ejemplos concretos, ya sea de graffiti, publicidad o propaganda. Sin menoscabar que la realidad es más compleja, se adelantó una evaluación de éstas, a partir de tipo ideales de las expresiones referidas. Lo que sirve para reorientar la investigación, por lo que,

además de considerar las prácticas que producción, la investigación hace énfasis en los modos en que socialmente se acreditan o desacreditan socialmente los productores de expresiones gráficas. En consecuencia, se consideran en la investigación a los discursos que proscriben o estigmatizan ya sea a los productores o a sus expresiones. Conjuntamente se analizan las miradas de la autoridad legítima y de otros agentes, que desde posiciones de poder sancionan y criminalizan a estas expresiones.

Con base en lo anterior, se propone analizar, tanto los modos de estigmatización en los discursos del poder, como las formas de sanción de las miradas criminalizantes. Dicha estrategia de análisis se ilustra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3.4: Estrategia para análisis de discursos del poder y miradas criminalizantes**



Elabroación propia

Otro aspecto de la estrategia de análisis que se sigue en la investigación es la equiparación de las categorías discursos del poder y miradas criminalizantes, en función de que operativamente actúan en conjunto y la una refleja a la otra, dicha ecuación se expresa de la siguiente manera:

**discursos del poder**                   ≡                   **miradas criminalizantes**

Por lo que también:

**ESTIGMA**                               ≡                   **SANCIÓN**

Por consiguiente los niveles de análisis se homologan:

**forma de inscripción**               ≡                   **expresión gráfica**

Y

**productores**                           ≡                   **delincuentes juveniles**

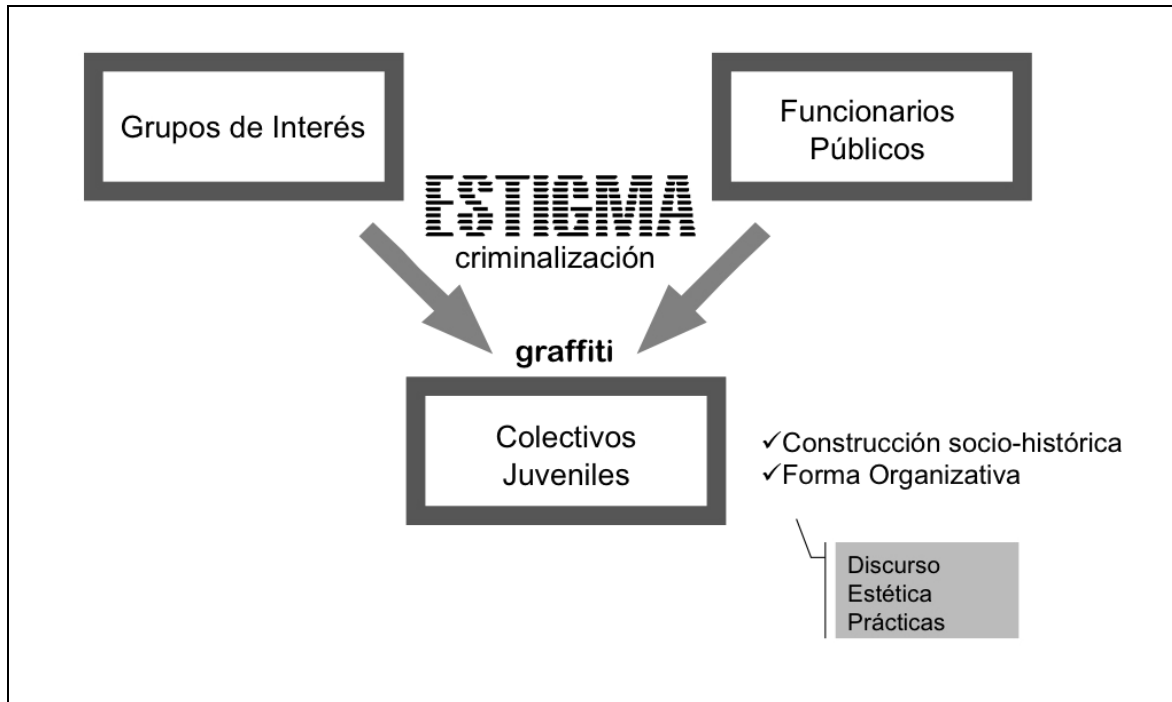
La significación del graffiti está entrecruzada por las miradas de agentes sociales que, según el lugar social que ocupan, los recursos con los que cuentan y las instituciones a las que se vinculan, otorgan sentidos heterogéneos a esta expresión. En este encuentro de significados, la categoría juvenil, tiene el poder de explicar las distintas visiones que confluyen en torno al graffiti. De tal manera que, lo juvenil descrito desde las visiones dominantes y lo juvenil, descrito desde la propia visión de los jóvenes, confluyen en la estrategia de análisis. Por ello se ha tomado en cuenta, los discursos de grupos de interés que se reúnen en torno a la imagen que proyecta el paisaje urbano, y funcionarios públicos ya sean legisladores o funcionarios que hacen cumplir la ley. Estos agentes sociales hacen una construcción social de lo juvenil, desde posiciones dominantes, utilizando estrategias de construcción simbólica, que generalmente reducen o demeritan las expresiones juveniles, sus estilos y sus formas de apropiación simbólica.<sup>82</sup> Además, dado que lo juvenil, es una categoría que se define en campos de disputa con las representaciones de los sectores dominantes y las autopercepciones de los propios jóvenes; la expresión juvenil del graffiti ha de estudiarse desde la construcción sociohistórica de los agrupamientos juveniles que lo practican. También han de tomarse en cuenta, los discursos, estéticas y prácticas heterogéneas, que definen las identidades y culturas juveniles, desde sus propios agentes.

En la siguiente página, se sintetiza de manera gráfica, lo anteriormente expresado.

---

<sup>82</sup> Véase cuadro 1.2

**Cuadro 3.5: Lo juvenil descrito desde las visiones dominantes y desde los jóvenes**



Elaboración propia.

Por último, el análisis del marco legislativo que norma las expresiones gráficas que se estudiaron, fue un aspecto ineludible dentro de la investigación y se presenta en el capítulo posterior.



## **CAPÍTULO 4: EL MARCO LEGISLATIVO Y LAS RESTRICCIONES A LA CIRCULACIÓN DE FORMAS SIMBÓLICAS EN EL PAISAJE URBANO DE TIJUANA**

En la ciudad, la manera de comportarse está sancionada a través de códigos que emite la autoridad legítima. Actividades como la producción de graffiti, publicidad y propaganda, afectan la manera en la que se presenta el paisaje al interior de la ciudad. En lo general se prohíbe la producción de éstas si se prescinde del permiso de la autoridad, no obstante, en lo particular cada una de éstas formas simbólicas son sancionadas a través de instancias distintas y con reglamentos específicos: mientras que operativamente el graffiti es sancionado por La Secretaría de Seguridad Pública Municipal (LA SSPM) a través del El Código Penal de Baja California (EL CPBC) y del El Bando de Policía y Buen Gobierno para el Municipio de Tijuana (EL BPBGT); la publicidad es sancionada por La Dirección de Administración Urbana (LA DAU), a través de El Reglamento de Rótulos Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana, Baja California (EL RRAST); por su parte, la propaganda tienen su propia reglamentación y se sujeta a las disposiciones previstas por las Leyes Estatal y Federal Electoral y en segundo lugar a las Comisiones Electorales y del Ayuntamiento previo al inicio de cada campaña electoral. Por estas razones, se otorga un tratamiento diferenciado al graffiti, publicidad y propaganda por parte de la autoridad.

### **Definiciones del graffiti en el marco legislativo**

El graffiti está tipificado como delito en EL CPBC, catalogado como “daño equiparado” en propiedad privada o pública. A continuación se señalan los artículos que aplican para el castigo de quienes son acusados de haber realizado graffiti según las leyes estatales y municipales:

#### **El Código Penal de Baja California (EL CPBC).**

Daño de propiedad ajena:

ARTICULO 227.- Tipo y punibilidad.- Al que por cualquier medio cause daño, destrucción o deterioro de cosa ajena se le impondrá de tres meses a seis años de prisión y hasta trescientos días multa.

ARTICULO 228.- Daño equiparado.- Se equipara al delito de daño en propiedad ajena y se castigará como tal, imponiéndose las penas previstas en el Artículo anterior:

I.- Al que dañe, destruya o deteriore cosa propia en perjuicio de tercero o cuando esta se halle por cualquier título legítimo en poder de otra persona;

II.- Derogada.

ARTICULO 228 BIS.- Comete el delito de daño en contra de la imagen urbana, aquel individuo que por medio de pintas de signos grabados, mensajes o dibujos, sobre bienes muebles o inmuebles ajenos, o bienes propios, que no estén bajo posesión legal de quién los realiza y sin el consentimiento de quién esté facultado para otorgarlo conforme a la ley, y que con esto se altere la presentación en su imagen material y visual, se le impondrá prisión de dos a cinco años y hasta quinientos días de salario de multa.

Se aplicará esta misma sanción a aquel individuo que incite, promueva, facilite a personas menores de edad los medios necesarios para llevar a cabo el delito de daño en contra de la imagen urbana.

Cuando el daño recaiga sobre bienes considerados como patrimonio cultural, histórico, naturales y de protección ecológica, así como de propaganda y promoción de los partidos políticos, se estará a lo dispuesto en las leyes en la materia.

ARTICULO 228 TER.- Agravación de la penalidad.- Se le impondrá prisión de 3 a 9 años de prisión y hasta mil días de salario multa a quienes cometan el delito de daño en contra de la imagen urbana en afectación de los siguientes muebles e inmuebles:

I.- Instituciones educativas y culturales tanto públicas como privadas;

II.- Parques y Jardines públicos; y

III.- Bienes del patrimonio cultural.

ARTICULO 230.- Acumulación.- Si además de los daños directos resulta consumado algún otro delito, se aplicarán las reglas de la acumulación.

ARTICULO 231.- Querrela.- Los daños en propiedad ajena se perseguirán por querrela de parte ofendida, con excepción de los causados por las conductas previstas en el artículo 228 Ter; las agravadas establecidas en el artículo 229 y los producidos por tránsito de vehículos y el conductor se encuentre en estado de ebriedad o bajo el influjo de estupefacientes, psicotrópicos o cualquier sustancia de efectos similares previstas en los artículos 255 y 256 de este Código, cuya persecución será de manera oficiosa.

### **Graffiti, asociación delictuosa y apología del delito:**

Debido a que en el discurso de la policía, se acusa a los productores de graffiti, de asociación delictuosa por el hecho de organizarse en colectivos juveniles, así como de expresar mensajes que hacen apología al delito, se vuelve necesario revisar los artículos de EL CPBC que describe tal delito.

Asociación delictuosa:

ARTICULO 247.- Tipo y punibilidad.- Se impondrá prisión de dos a ocho años y hasta quinientos días multa al que de manera permanente tomare participación en una asociación o banda de tres o más personas, organizada para delinquir, por el solo hecho de ser miembro de la asociación e independientemente de la pena que le corresponda por el delito que pudiere cometer o haya cometido.

ARTÍCULO 248.- Tipo y punibilidad.- Se impondrá prisión de tres meses a dos años, a los integrantes de una pandilla que:

I.- Ejercen violencia física o moral sobre alguna persona o personas; y

II.- Participen en riñas con otras pandillas o personas.

La imposición de las penas por la comisión de este delito será sin perjuicio de las que correspondan por la comisión de otros.

La violencia moral prevista en la fracción I de este artículo, será perseguible por querrela de la parte ofendida.

Se entiende por pandilla, la reunión ocasional o transitoria, de tres o más personas que sin estar organizadas con fines delictuosos, cometen en común algún delito.

ARTÍCULO 248 BIS.- Agravante por Pandillerismo.- Cuando se ejecuten uno o más delitos por pandilla, se aplicará a los que intervengan en su comisión, además de las sanciones que les correspondan por él o los delitos cometidos, la de dos a ocho años de prisión; esta agravante no se aplicará para las conductas tipificadas en el artículo 248.

Si en la comisión de uno o más delitos en los términos del párrafo anterior intervienen personas menores de dieciocho años de edad como integrantes de la pandilla, esta circunstancia no relevará de responsabilidad a los mayores de edad y se aplicará el aumento de la sanción a que este artículo se refiere, además de las sanciones que correspondan por la comisión de otros delitos.

Apología del delito:

ARTICULO 249.- Tipo y punibilidad.- Al que provoque públicamente a cometer un delito o haga apología de éste o de algún vicio, se le aplicará prisión de uno a tres años y hasta cincuenta días multa, si el delito no se ejecutare. En caso contrario, se aplicará al provocador la sanción que le corresponda por su participación en el delito cometido.

### **El Bando de Policía y Buen Gobierno de Tijuana (EL BPBGT).**

De las infracciones que afectan el patrimonio público o privado:

ARTÍCULO 88. Escribir leyendas o fijar anuncios de cualquier clase, en fachadas, bardas, banquetas, parques, plazas, calles o cualquier bien público, sin el permiso de la autoridad municipal;

ARTÍCULO 89. Pegar, colocar, rayas, pintar, escribir nombres, leyendas o dibujos en la vía pública, lugares de uso común, edificaciones públicas o privadas, sin contar con el permiso de la autoridad municipal o de la persona que pueda otorgarlo conforme a la ley;

ARTÍCULO 90. Pegar, colocar, rayar o pintar por sí mismo o por interpósita persona, leyendas o dibujos que hagan apología del delito, la drogadicción o atenten contra la moral pública;

ARTÍCULO 91. Vender o proporcionar a menores de edad pintura en aerosol;

Determinación de sanciones:

ARTÍCULO 164.- Se impondrá multa de uno a diez días de salario mínimo vigente a quien incurra en cualquiera de las infracciones previstas en los artículos: (...) 88, 89...

ARTÍCULO 167.- Se impondrá multa de cinco a veinte días de salario mínimo vigente a quien incurra en alguna de las infracciones previstas en los artículos: (...) 90, 91...

### **Determinación de sanciones para el grafiti en el marco legislativo:**

- En EL CPBC, al grafiti, se le considera delito de daño en contra de la imagen urbana, se equipara al delito de daño en propiedad ajena y se castiga como tal, imponiéndose las penas previstas en los artículos 227 y 228 BIS.
- En EL BPBGT, al grafiti, se le considera una infracción que afecta el patrimonio público o privado y se sanciona con multas previstas en los artículos 164 y 167. Varios de los artículos citados en EL BPBGT, aplican lo mismo para sancionar la producción de publicidad, que de propaganda. Sin embargo se utilizan, sobre todo

para sancionar e infraccionar a los productores de graffiti. Dicho de otra manera, ni los sujetos que pintan rótulos publicitarios, ni las cuadrillas de instaladores de la publicidad, son infraccionados, aunque varias veces, transgreden el marco legal establecido por la autoridad, al no contar con “el permiso de la autoridad municipal o de la persona que pueda otorgarlo conforme a la ley”<sup>83</sup>, para realizar y colocar sus gráficos.

EL RRAST indica que se necesita una licencia para todo rótulo, letrero, aviso, dibujos, emblema o cualquier otro signo con fines de propaganda comercial o de cualquier otra índole en cualquier lugar de la ciudad, dentro del Municipio de Tijuana —aunque existen algunas excepciones—. La situación descrita obliga a revisar los marcos legislativos que operan sobre la publicidad y la propaganda que circula en el paisaje urbano de Tijuana.

### **El Reglamento de Rótulos Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana (EL RRAST)**

Disposiciones Generales:

Artículo 2.- Todas las disposiciones del presente Reglamento son de interés público, teniendo por objeto regular la fijación, instalación, colocación y distribución de los rótulos, anuncios o sus similares en los sitios o lugares que sean visibles desde la vía pública o a los que tenga acceso el público en general.

Artículo 3.- Para mayor precisión, se definen todos los conceptos y materias que se tratan en el reglamento —se resumen los conceptos que tienen importancia en la investigación y se presentan con la numeración que tienen en el EL RRAST.

Resumen de conceptos:<sup>84</sup>

I.- Rótulo: Cualquier letrero o inscripción, con iluminación o sin ella, instalado en un sitio público o privado, expuesto al público, que indica o da a conocer el contenido, objeto o destino de un establecimiento comercial, oficina de servicio, bufete profesional, consultorio, producto, lugar, actividad, persona, institución etcétera.

No se consideran rótulos los siguientes:

---

<sup>83</sup> Artículo 89

<sup>84</sup> EL RRAST define 57 conceptos para su mayor comprensión en el texto.

- a) Banderas Nacionales o Políticas.
- b) Banderolas, Emblemas.
- c) Pinturas, Murales etcétera.

VII.- Pintura: tabla, lámina, o lienzo en que está pintada una cosa, la cual no contiene publicidad.

VIII.- Mural: descripción, decoración pintada sobre una pared o muro la cual no contiene publicidad.

IX.- Anuncio: conjunto de palabras o signos que se expone con el objeto de dar noticia o aviso de algo públicamente. Puede ser permanente o temporal.

XI.- Cartel: un rótulo el cual cambia el anuncio completo periódicamente.

XII.- Cartelera: cualquier rótulo en un marco, estructura o soporte fijo o móvil sostenido por tirantes, vigas, enclavado en postes o sobre el suelo, incluyendo entrepaños, tableros pintados, rótulos en bardas y rótulos colocados sobre alguna estructura que no sea edificio o toldo.

XL.- Estructura del rotulo: cualquier estructura que sostenga o sea capaz de sostener un rótulo, incluyendo su decoración exterior.

XL.- Rótulos en valla: son aquellos anuncios diversos colocados en estructuras metálicas que delimitan e impiden la visibilidad hacia el interior de algún inmueble, que no podrán exceder de 3 metros de altura, que podrán tener iluminación propia, además de que podrán ser temporales o permanentes. Pudiendo haber cuantos rótulos permitan las dimensiones de la valla, debiendo medir 3 metros de altura y no más de 5 metros de ancho cada uno y estos formar parte de la misma estructura. Así mismo para efecto de la autorización de vallas y sus anuncios deberá apegarse irrestrictamente a lo establecido en los artículos 13, 14, 16, 17, 18 y demás aplicables de este reglamento.

Artículo 3.- La Presidencia Municipal, por conducto de la Dirección está facultada para:

- A. Conceder, negar y cancelar con causa las licencias para cualquier tipo de rótulo.
- B. Vigilar por medio de inspectores el cumplimiento de este reglamento.
- C. Impedir con sus propios elementos o con ayuda de la Dirección de Seguridad Pública, la colocación de rótulos para los cuales no se haya otorgado licencia.

D. Exigir que se retiren, borren o modifiquen los anuncios que infrinjan este Reglamento.

E. Imponer las sanciones que correspondan.

Licencias para colocación de rótulos:

Artículo 6.- Para efectos de obtención de la licencia o el permiso respectivo, deberán reunirse los requisitos siguientes:

A. Cada rótulo requiere permiso individual a excepción de lo que se indica en este reglamento (resumen)

B. La solicitud para otorgar permiso para instalar, colocar, cambiar o reconstruir un rótulo, debe contener la siguiente información:

1).- Nombre, domicilio de la persona física o moral, propietaria del predio donde se va a instalar el rótulo. Cuando el rótulo no corresponda al propietario del predio, se deberá presentar contrato de arrendamiento, entre arrendatario y propietario, o documento de no inconveniencia de este último, para que se instale el rótulo en su predio.

2).- Nombre, dirección del propietario del rótulo.

3).- Dirección y situación legal del terreno, (lote, manzana, etc.) donde se va a instalar el rótulo.

4).- Croquis del rótulo dentro del contexto en el que se pretende instalar, cambiar o reconstruir.

5).- Especificación de los materiales con los que se va a construir.

6).- Dibujo a escala del diseño del rótulo, (inscripciones, figuras o signos) dimensiones, forma de instalación, iluminación, manera en que se fijará al edificio o estructura en que va a colocarse.

7).- Las alturas mínimas y máximas del rótulo.

8).- Planos y cálculos cuando el rótulo sea sostenido por armaduras de metal o estructura de concreto, y su área sea mayor de 6 m<sup>2</sup>, demostrando que los soportes y estructura son los adecuados para soportar la estabilidad del rótulo. Asimismo deberá llevar la firma de un Perito calculista registrado en la dirección, que se haga responsable de lo anterior.

## **La publicidad y la propaganda, del marco legislativo a los hechos**

En general EL RRAST indica que se debe tramitar una licencia para cada rótulo que se exhibe en la ciudad, sin embargo, Adriana Ortiz Pérez, directora de operaciones mercantiles de LA DAU, detalló que la falta más común a EL RRAST es la instalación de anuncios publicitarios sin tramitar licencias de operación. En parte, eso explica porqué hay tantas cintas de clausurado en las carteleras publicitarias y espectaculares de la ciudad. No obstante, existe una moratoria para emitir licencias de anuncios que está vigente desde el 28 de enero de 2007. Aún así, las empresas han estado instalando estructuras, subrepticamente, pues existe en ellas, la necesidad de instalar anuncios, “aunque uno les diga que no y lo hacen de manera clandestina y en la noche”. A pesar de ello, el organismo municipal, busca regularizar los anuncios que operan sin licencias<sup>85</sup>.

En este contexto, Miguel Ángel Zavala, director de LA DAU, consideró que es “fundamental que tengamos un padrón actualizado y que cuenten con su licencia municipal”<sup>86</sup>. LA DAU tiene registradas a 43 empresas que operan 654 espectaculares, a la vez que desconoce, quiénes operan un total de 192 anuncios de este tipo<sup>87</sup>. Del total de anuncios que se ven en la calle, alrededor del 30% operan fuera de la ley. Las consecuencias legales para los infractores, van desde multas hasta por 500 salarios, a la clausura del anuncio, e incluso el retiro del mismo.

En la práctica a todos los anuncios que no tienen licencia municipal de operación o que se les venció se les coloca un sello de clausura. No obstante, las empresas siguen operando con todo y los sellos, en particular los espectaculares, en los cuáles debido a sus dimensiones, los sellos de clausurado son prácticamente invisibles. Es evidente, que la medida de los sellos de clausurado, no evita que las empresas sigan operando de manera irregular. En una nota de periódico Zavala explica la razón para no retirar los anuncios que operan de manera informal: “los sellos de clausura obedecen a una parte del procedimiento y en estos casos se turnan a la consejería jurídica para que en esta dependencia lleven a cabo el procedimiento legal para concluir hasta el retiro de las estructuras cuando así proceda” . No obstante, el retiro de estructuras para publicidad que se instalan de manera informal, es poco probable ya que hacerlo le cuesta más al Ayuntamiento.

---

<sup>85</sup> Semanario Zeta No. 1863, pp. 21-23 A.

<sup>86</sup> *ibid*

<sup>87</sup> Véase anexo 2.

**Figura 4.1: Valla con sellos de clausurado**



Fuente: Fotografía propia, junio de 2010.

Durante los meses de diciembre a febrero de 2009, la presión pública por regularizar dichas estructuras, se dio por motivos de seguridad, ya que durante las lluvias de invierno se cayeron dos espectaculares sobre avenidas muy transitadas<sup>88</sup>. Además se dio el caso de una familia que peleó para que se mueva de su predio una estructura de anuncio espectacular que invadió su propiedad y amenazó su integridad física: “En un día de tormenta, el anuncio se movió en forma amenazadora, por lo que acudieron los Bomberos [sic], quienes indicaron a los habitantes del domicilio afectado salir de ahí ante el riesgo de que el espectacular se desplomara (...)”<sup>89</sup>. En este contexto, Miguel Ángel Zavala, instó a los empresarios de publicidad a que: “dediquen a sus peritos a hacer una revisión, retirar las que ya cumplieron con su vida útil (...) o bien modificarlas, reforzalas”.

Según el artículo 10 de El RRAST, todos los anuncios presentes en el área administrativa de Tijuana deberán contar con una etiqueta de identificación, y en caso de que no cuente con ella, se procederá a aplicar sanciones. No obstante la mayoría de los anuncios no están identificados, en particular las carteleras que se instalan a nivel de calle, cuando eso sucede LA DAU sanciona directamente al propietario del predio, y través de sellos de

<sup>88</sup> Semanario Zeta No. 1863, pp. 21-23 A.

<sup>89</sup> Semanario Zeta No. 1874, pp. 50 A.

clausura, sanciona indirectamente a la empresa; esto sucede porque el Ayuntamiento cuenta con la clave catastral del predio, pero no tiene registro de la empresa publicitaria, por lo que “nos vamos primero con los propietarios de los predios”. LA DAU espera que el propietario del predio se comuniquen con la empresa para arreglar la situación. En el mejor de los casos, los dueños de las carteleras pagan las multas. La situación registra que muchas empresas de publicidad operan al margen de la ley, de manera clandestina o son empresas fraudulentas, sin embargo dicha situación de ilegalidad, no es tratada penalmente a diferencia del graffiti.

En la administración municipal pasada (XVIII Ayuntamiento) se comenzaron a instalar en Tijuana, espacios publicitarios a pie de calle, que llevan el nombre genérico de cartelera o valla. Al mismo tiempo que éstas proliferaron en las avenidas de la ciudad, surgieron las quejas por parte de LA DAU ya que en su mayoría fueron colocadas por las noches y sin pedir ni pagar permiso ante la dependencia municipal.<sup>90</sup> Los costos por instalación eran mucho más económicos en la administración pasada: 5,000 pesos. En palabras del director de LA DAU: “Una licencia nueva para contar con un permiso de renta de estructura para anuncio espectacular cuesta hoy en día 11 mil pesos [sic], que vino a cambiar en esta administración, pues en los ayuntamientos anteriores costaba solamente mil pesos, y es anual. Cuando se trata [sic] de regularización, es decir, que se instaló sin contar con la debida licencia, la Ley de Ingresos considera que el contribuyente deberá pagar 19 mil pesos aproximadamente. El propósito es que las empresas acudan al ayuntamiento a renovar los permisos de forma anticipada, quien no lo haga en tiempo y forma deberá pagar mucho más por incumplidos”. La situación descrita, permite imaginar que la mayoría de las empresas informales que perviven se formaron en la administración pasada, aprovechando la situación ventajosa, bajo costo, sin penalización <sup>91</sup> y actualmente no se sabe a quien pertenecen varias carteleras. En el transcurso de la investigación se cabildeaba un proyecto de regulación para estructuras y anuncios espectaculares

El resto de los anuncios, que son en escala más pequeños, como adosados, pintados y carteles, no están contabilizados bajo empresas, sino como piezas individuales que pertenecen a particulares, sin embargo también requieren licencias para operar. En el caso de los volantes y folletos queda prohibida su distribución según el Artículo 41, en caso de

---

<sup>90</sup> Vigía y Cía. “*Invasión nocturna*”. Periódico Frontera, 27 de diciembre de 2005.

<sup>91</sup> Ana Cecilia Ramírez, “*Amanecen anuncios espectaculares*”. Periódico Frontera, 16/abril/2007.

transgresión se penaliza al propietario del negocio que se anuncia. Sin embargo, como se observan en las calles, con respecto al volanteo, no hay aplicación del reglamento.

Otro aspecto a revisar es que en la categoría de rótulos temporales, no hay ninguna descripción que coincida con los rótulos que anuncian eventos masivos como conciertos o lucha libre.<sup>92</sup> Por el contrario en la categoría de rótulos primarios se estipula que: “no se podrán colocar o pintar sobre las fachadas de alguna edificación, además, queda terminantemente prohibido colocarse o pintarse carteleras sobre cercas o bardas con vistas a la vía pública que delimitan predios, baldíos o en proceso de construcción, núcleos comerciales, industriales o habitacionales”. Previendo que se exceptúan los rótulos que sirven para dar direcciones o que sus medidas no exceden 1 m.<sup>2</sup> de área; no queda clara la situación de algunos productores gráficos, en particular, los rotulistas de eventos populares. Por ello, se pregunto a Adriana Ortiz Pérez, la situación en la que éstos se encuentran. A lo que se respondió que: “el permiso en bardas no procede”.

**Figura 4.2: Rótulos para eventos populares**



Fuente: fotografía propia, abril de 2010.

### **Propaganda de partidos políticos:**

En tiempos de elecciones, se cuelgan lonas y se instalan pendones con las imágenes de los candidatos, en distintas áreas nodales de la ciudad. Además se pintan bardas con

---

<sup>92</sup> Al respecto, llama la atención el cuestionamiento del grafitero WOW: ¿Los rotulistas piden permiso para pintar paredes?

propaganda política. También es común ver pendones en los postes de luz o teléfono, promocionando a los candidatos. Por lo que el investigador preguntó a Adriana Ortiz Pérez ¿Cómo se regulan las campañas políticas? A lo que se respondió que mientras estén en campaña los partidos políticos no necesitan permiso para realizar propaganda. A su vez estos están sujetos, en principio a las disposiciones previstas por las Leyes Estatal y Federal Electoral y en segundo lugar a las Comisiones Electorales y del Ayuntamiento previo al inicio de cada campaña electoral. Así mismo, están sujetos a reglamentaciones que se detallan en el Artículo 53 de EL RRAST.<sup>93</sup> En particular, deberá evitarse la instalación de rótulos, anuncios o similares de carácter político en los sitios o lugares que a continuación se mencionan:

- I.- Donde obstruyen señalamientos de tráfico primarios
- II.- Donde obstaculicen la visibilidad del tráfico vehicular
- III.- Donde obstruyan rótulos de locales comerciales establecidos
- IV.- Pintarlos o pegarlos en bardas, cercos o cualquier edificio público
- V.- En áreas verdes, camellones, glorietas, parques, etcétera.
- VI.- No pintar ni colorear propaganda sobre árboles, elementos de ornato, monumentos, murales, pinturas, etcétera.

Llama la atención que, los partidos políticos no están obligados a retirar su propaganda, ya que 15 días después de los comicios el Ayuntamiento está facultado para hacer el retiro. En conclusión, se revisaron los marcos jurídicos que aplican a los medios de producción gráfica dentro del área de estudio de Tijuana. Al llevar a cabo la labor, se corrobora que, cada una de las formas simbólicas contempladas en esta investigación es sancionada a través de instancias distintas y con reglamentos específicos. Sin embargo, una circunstancia que tienen todas en común es que desde el punto de vista legal, ninguna de éstas se puede realizar prescindiendo de autorización legal o permiso de la autoridad competente, aún así, en la práctica, los únicos que son infraccionados o acusados de criminales por infringir los edictos revisados son los colectivos juveniles que producen graffiti.

---

<sup>93</sup> Véase Anexo 3

### **Sanciones administrativas y sanciones penales:**

Para entender cómo funciona el marco legislativo en tanto a la inscripción de formas simbólicas en el paisaje urbano de Tijuana, es necesario distinguir entre El Código Penal de Baja California (EL CPBC) que es un marco legislativo de carácter penal, a diferencia de los reglamentos que operan en materia, y que son de carácter administrativo, particularmente El Reglamento de Rótulos Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana, Baja California (EL RRAST) y El Bando de Policía y Buen Gobierno para el Municipio de Tijuana, Baja California (EL BPBGT). En tanto que existen diferencias esenciales en los marcos legislativos que tienen el poder de sancionar el uso del paisaje urbano, también hay diferencias significativas en las sanciones que otorga cada uno. La interpretación jurídica, parte del entendido de que el infractor obra de buena fe, por omisión o desconocimiento y sus faltas son tales que puede resarcir los daños que ocasione, a través del pago de multas. Por el contrario, las sanciones penales se otorgan a quienes habiéndoseles comprobado una acción criminal, sus faltas son tales que, no son susceptibles de saneamiento, por lo que se les otorga un castigo ejemplar.

### **El Graffiti en el procedimiento penal, del marco legislativo a los hechos**

Para que proceda la acusación por delito en “daño en contra de la imagen urbana”, ésta debe de caer en un orden fundado. Es decir, es necesario vincular al sujeto acusado con el hecho delictuoso; por ejemplo: hacer graffiti de manera furtiva. A su vez, este tipo de delito, cuando afecta el derecho de otro ciudadano, se persigue por querrela, es decir la acusación la inicia el afectado, en este caso se puede hablar del propietario de un bien inmueble o su representante legal. Sin embargo en los casos contemplados en el Artículo 228 TER<sup>94</sup> del EL CPBC., se consideran agravantes del delito y se persiguen por oficio.

En los hechos, regularmente la policía suele detener a cualquier individuo, cuando considera que su conducta es sospechosa, o se preste a una posibilidad delictiva, o por cualquier motivo fundado o no. Generalmente se da un interrogatorio y después se detiene al individuo. En esta situación puede caer cualquier productor de graffiti, y éstos pueden ser detenidos con base en los supuestos mencionados, y no necesariamente por haber sido

---

<sup>94</sup> Se entiende que éstos son daños a bienes públicos:

- I.- Instituciones educativas y culturales tanto públicas como privadas;
- II.- Parques y Jardines públicos; y
- III.- Bienes del patrimonio cultural

descubiertos *in fraganti*. De hecho es muy común que éstos sean detenidos y encontrados en posesión de botes de aerosol. Sin importar si son o no mayores de edad.

Los detenidos generalmente son presentados y puestos a disposición del Ministerio Público para dar motivo a la investigación que los ligare al delito o infracción del que se les acusa. Ésta es la etapa de averiguación previa. Aquí la autoridad judicial deberá comprobar que el detenido ha cometido un hecho que la ley señale como delito, o que participó en su comisión. Además deberán presentarse datos probatorios que vinculen al detenido con el lugar, tiempo y circunstancias de la ejecución del delito<sup>95</sup>. Aunque, se desconoce qué tipo de documentos probatorios se deben presentar para comprobar el delito tipificado como daño en propiedad ajena, se entiende que éstos deben de vincular la descripción del hecho, la circunstancia y los participantes<sup>96</sup>.

Durante la primera etapa el poder judicial, debe acopiar información que sustente el caso. Para dar lugar a proceso por “daño en contra de la imagen urbana”, se necesita la participación de un ciudadano o institución que demande al acusado. Por tanto, es más complicado procesar a un productor de graffiti por “daño en contra de la imagen urbana”, y más sencillo infraccionarlo por escribir leyendas sin contar con el permiso de la autoridad, o por faltas a la moral u otro rubro. No obstante, hay maneras de construir una averiguación previa, buscando otro motivo fundado, por ejemplo la portación de armas, o posesión de drogas, que son delitos que se persiguen por oficio. De esta manera la autoridad judicial, puede asegurar al individuo y posteriormente construir el caso y documentar el delito de “daño en contra de la imagen urbana”. Un caso extremo es el del grafiteros Trago, el cuál fue detenido en flagrancia y en portación de un arma blanca de tipo navaja, según el parte policial.<sup>97</sup> Una vez que se documentaron y contabilizaron el número de firmas de Trago, los lugares en dónde estaban y los daños ocasionados, se invitó a los afectados —de los cuales el principal era el Ayuntamiento— a iniciar querrela contra el acusado en el Ministerio Público del Orden Común. Las demandas en su contra se acumularon, con el objetivo de elevar la

---

<sup>95</sup> Este es el procedimiento que establece Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el Artículo 19, en relación a garantías individuales.

<sup>96</sup> Algunos materiales que deberán documentar éstas investigaciones, pueden ser los testimonios ya sea del afectado, de un vecino, de la policía, pruebas visuales como fotografías o videgrabaciones, pruebas materiales como la herramienta utilizada para llevar a cabo el hecho: botes de aerosol, pintura, rodillos, etc.

<sup>97</sup> Véase Anexo 4.

sanción por los delitos cometidos. La sanción llegó a ser superior a los 100,000 pesos, lo que es equivalente a 2,000 días de salario mínimo de multa.

A partir de este caso, se reconoce que la autoridad judicial va refinando los mecanismos de acusación en contra de los productores de graffiti. A su vez, se sabe de algunos casos, donde no han procedido las acusaciones por ejemplo, cuando la autoridad judicial presenta al individuo acusado de hacer graffiti junto al bote de aerosol con el que presuntamente hizo graffiti. En situaciones como éstas, algunos propietarios han defendido a los acusados, explicando que el graffiti con el que fue afectado no se hizo con el color del bote presentado o en el caso de aprehensión en flagrancia, algunos propietarios han rebatido que el graffiti del cual se acusa al individuo fue realizado en un tiempo diferente al de la captura, a veces tratándose de años.<sup>98</sup>

Otro caso es el uso de tecnologías de vigilancia panóptica o videograbaciones. Un caso reciente es el de Dual y Bank, quienes fueron detenidos en la Calle Ocampo, acusado de haber rayado un poste de luz en Zona Centro, se les encontró latas de aerosol, por lo que fueron llevado al Centro de Control y Mando de la Policía (EL C-4). Se les informó que había videograbación del delito. En realidad ninguno de los dos habían rayado el poste por el que se les acusaba, no obstante EL C-4 entregó un D.V.D. con el supuesto video del delito. Ninguno de los dos fue sentenciado por “daño en contra de la imagen urbana”. La noche de la aprehensión se tasó su fianza en 10,000 pesos, sin embargo ninguno tuvo con qué pagarla, por lo que fueron liberados después de 72 horas.

---

<sup>98</sup> Véase descripción Serie en siguiente capítulo.

## Conclusiones del capítulo

Al revisar el marco legislativo, se corrobora que cada una de las formas de inscripción en el paisaje urbano se sancionan a través de instancias diferentes y con reglamentos específicos. No obstante, frente al marco legal, comparten una circunstancia común; ninguna se puede realizar prescindiendo del permiso de la autoridad legal.

En la práctica, son frecuentes las violaciones a los reglamentos que operan sobre la inscripción de formas simbólicas en el paisaje urbano de Tijuana; como en el caso de la publicidad irregular que representan alrededor del 30% de las empresas dedicadas al ramo; o el caso de los rótulos populares que se pintan sin solicitar permiso y sin que haya sanciones sobre los productores o los anunciantes.

Al revisar los hechos se observa que de varias maneras estas actividades transgreden el marco legal, sin embargo las sanciones aplicadas perjudican sobre todo a quienes hacen graffiti; ya que los productores de publicidad pueden reconciliarse con el marco legal al pagar multas y sin que por ello tenga que ir a la cárcel. Sin embargo, los productores de graffiti, además de pagar multas van a la cárcel.

La situación observada, indica que la inscripción de formas simbólicas en el paisaje urbano, no sólo es tratada de manera distinta en el marco legislativo, sino que también en los hechos unas son toleradas y otras son prohibidas. Dicha situación de inequidad llega al grado de que, mientras se tolera que las compañías de publicidad instalen de manera clandestina y por las noches, las estructuras que posteriormente albergan publicidad; a los grafiteros se les persigue y se les castiga por realizar esencialmente la misma acción.

Esta situación de inequidad exhibe que, no todos los agentes sociales tienen los mismos privilegios para modificar el paisaje urbano y por consiguiente, a formas de inscripción, que provienen del mismo *modus operandi*, pero de distinto agente social se les otorga trato diferente. Al extrapolar esta situación, se puede decir de la publicidad, lo mismo que afirmó Valenzuela (1997, 87) sobre el graffiti: “remite a nuevos usos de los espacios públicos que se desarrollan con la urbanización; involucra una disputa simbólica por definir el rostro de los espacios y su connotación legal o ilegal frecuentemente se deriva tan solo del grupo que lo realiza”

La situación en la que se encuentra el objeto de estudio de ésta investigación es la siguiente. Por un lado en general, todas las formas simbólicas que se inscriben en el paisaje urbano y que no cuentan con el permiso de la autoridad municipal, o de quien legalmente pueda otorgarlo, son sancionadas como infracciones. No obstante, existe la excepción del graffiti, ya que este tipo de inscripción está contemplada en EL CPBC como un delito<sup>99</sup> y se le trata penalmente. Por lo que, de todas las expresiones gráficas que se inscriben en el paisaje urbano de Tijuana, ésta es la única que se procesa penal y legalmente como delito y se sanciona como tal. Las consecuencias que derivan de esta situación, son tales que, mientras que a unos productores de formas simbólicas se les permite ejercer sus actividades en la medida de que se afilien a un marco legislativo y paguen multas; los otros no tienen ésta posibilidad, puesto que por ley se les excluye. En este sentido, mientras las infracciones son puestas dentro del marco de lo tolerado, los delitos se ordenan dentro del marco de lo prohibido.

---

<sup>99</sup> Se equipar a daño en propiedad ajena.

**Figura 5.0: Borran tag de Sueño, Kenos, H.E.M. en la garita Tijuana - San Ysidro**



Fuente: fotografía, Semanario Zeta, 1993

## CAPÍTULO 5. LOS DISCURSOS DEL PODER

### La prensa

Previo a la aprobación de leyes en contra del graffiti en Baja California, circularon notas de periódico que ayudaron a construir un imaginario social del graffiti como un agente que pone en peligro la convivencia social, y contribuyeron a estigmatizar a los productores de graffiti. La primer nota que se analiza, con fecha del 15 de septiembre de 2001, intenta crear una situación de alarma entre la población por el supuesto regreso un mal social: “luego de un paulatino descenso en los últimos seis años regresan las pintas (...) se teme que se propague como ocurrió en 1995”. La misma nota relacionó al graffiti directamente con la delincuencia y el consumo de drogas: “Sergio Ibarra mostró desde temprana edad sus habilidades artísticas y su tendencia delictiva (...) pero cuando llegó a la adolescencia ese arte que poseía empezó a transformarlo en graffiti, su tendencia tomó un giro delictivo que en poco tiempo lo llevó a la muerte en 1995, luego que se ahogó en Rosarito al entrar al mar drogado con cristal”.

**Figura 5.1 Detalle tag de Sueño, Kenos, H.E.M. en la garita Tijuana - San Ysidro**



Fuente: detalle de fotografía, Semanario Zeta, 1993

La historia Sergio Ibarra, conocido como “Sueño” entre los colectivos juveniles que practican el graffiti, es presentada en la prensa como una tragedia, pero sobre todo como un

mal ejemplo para los jóvenes. A través de este medio, se difunde y se lleva a cabo una evaluación de la conducta de Sergio Ibarra y de la expresión simbólica del graffiti. En cada caso se utilizan distintas estrategias de evaluación y de reducción de la identidad del grafitero. Este efecto se logra, explicando, la conducta de Sergio y su trágico final a través de una construcción social del individuo como un desviado. Por ello, al momento en que Sergio Ibarra, se desvió de la expresión artística, catalogada como positiva, hacia a la expresión de tipo graffiti, su vida tuvo consecuencias negativas, hasta culminar en su muerte. Esta nota, continuó con una larga campaña de estigmatización y desprestigio hacia las culturas juveniles que hacen graffiti en Tijuana, al momento en que éstas comenzaron a realizar producciones de tipo mural, explorando el estilo artístico. Lo que tendió el camino para la reforma de EL CPBC (Debroise 2005, 114).

Sin embargo, la historia de Sergio Ibarra, tiene una lectura muy diferente, desde la perspectiva de los jóvenes que se identifican con las culturas juveniles que hacen graffiti en Tijuana. Sergio, mejor conocido como “Sueño”, es considerado una leyenda urbana tanto por su presencia prominente en las calles de Tijuana durante el primer lustro de los años noventa, como por haber realizado el acto más osado dentro de de la historia del graffiti local: rayar su nombre y el de su crew sobre el cruce fronterizo Tijuana - San Ysidro, en las oficinas de aduana y migración norteamericana.

**Figura 5.2: Dedicatoria al Sueño de parte del Door.**



Fuente: fotografía propia, 2001.

La historia de Sueño es contada entre los colectivos juveniles que hacen graffiti, como si se tratase de una leyenda, construida con algunos atributos provenientes de la realidad y otros fantásticos, como quienes cuentan que murió intentando rayar su nombre sobre una ola en el Océano Pacífico. También, dentro de la cultura del graffiti, Sueño es honrado en las paredes a través de mensajes conmemorativos; muchos de sus compañeros del colectivo H.E.M. (Hecho en México), incluyen dedicatorias o mensajes en sus piezas, con alusión a su persona y su apodo. Incluso se ha observado graffiti clandestino dedicado al Sueño quien es recordado como el número uno, o el tagerista más osados en la historia del graffiti local.

Por eso, si bien el deceso de Sergio Ibarra es trágico, también su muerte temprana, situada en el cenit de su carrera tagerista, consagró en su persona y en su nombre, los atributos del héroe, tal como James Dean, cuyo caso es el prototipo del rebelde sin causa. Por estas razones, el prestigio de Sueño como escritor de graffiti es prácticamente inalcanzable.

#### **La primera campaña antigraffiti de LA SSPM:**

El 28 enero de 1994, la Dirección de Seguridad Pública de Tijuana publica los resultados de la primera campaña antigraffiti, el informe presenta que en la primera quincena de enero de 1994, son detenidos 55 individuos realizando graffiti en Tijuana. De entre los detenidos, la mayoría tienen edades entre los 15 y 17 años. También destaca el caso de los que están por alcanzar la mayoría de edad, ya que pueden ser sujetos a derecho penal, según la prensa<sup>100</sup>. La cifra de detenciones es importante comparada con enero del 93, cuando se hacen 9 aprehensiones; sin embargo en 1994, si la policía sorprendía a uno o varios sujetos haciendo graffiti en propiedad ajena, éstos eran detenidos y presentados en el ministerio público y en ese momento no existía un edicto en el código penal del estado que sancionara penalmente la actividad, por lo que se les consideraba infractores o menores infractores en caso de tener menos de 18 años.

Llama la atención de la postura del titular de LA DSPT en 1994, frente a la presión pública por atender el asunto del graffiti: “Sabemos que con una patrulla no hacemos nada por lo que la policía está buscando e implementando los sistemas más eficaces para detener a

---

<sup>100</sup> Archivo Zeta, 18 de enero de 1994. Publicado en el semanario.

quienes pintan y rayan propiedad ajena”.<sup>101</sup> Por lo anterior se entiende que el dispositivo de control de la autoridad judicial sobre el graffiti necesitaba de afinación.

### **La ley antigraffiti:**

En junio de 2003, El Código Penal de Baja California, añadió el artículo 228 para equiparar al graffiti al delito de daño en propiedad ajena y tipificarlo de esa manera. El artículo 227 definía originalmente las sanciones para este tipo de delito<sup>102</sup>. La adición del artículo 228 incluyó dos fracciones para definir el delito de daño equiparado, como se detalla a continuación:

- (fracción) I.- Al que dañe, destruya o deteriore cosa propia en perjuicio de tercero cuando se halle por cualquier título legítimo en poder de otra persona;
- (fracción) II.- Al que sin consentimiento de quien legalmente lo pueda otorgar, altere o modifique la presentación o imagen de bienes muebles o inmuebles, públicos o privados, a través de pintas, escrituras, dibujos, o signos de cualquier tipo.

En marzo de 2006, la fracción II del artículo 228 fue derogada y se adicionaron los artículos 228 BIS Y 228 TER, para pormenorizar los delitos en contra de la imagen urbana y agravación de la penalidad, correspondientemente. Con la inclusión de los nuevos artículos las sanciones se incrementaron; en el artículo 228 BIS se incrementan de dos a cinco años de prisión, para las acciones descritas anteriormente en la fracción II-derogada en el artículo 228; y en el artículo 228 TER, de tres a nueve años de prisión, para sancionar de manera ejemplar a quienes afecten inmuebles considerados como bienes públicos<sup>103</sup>.

Si las sanciones contempladas para los delitos en contra de la imagen urbana en EL CPBC son exageradas es un tema que queda abierto al análisis y la crítica. Aquí solamente se considera que la magnitud de las sanciones expresa el ímpetu por erradicar estas conductas de la vida social en Baja California. Sin embargo, si es competencia de esta investigación, interpretar la manera en que operan los discursos del poder en torno a la estigmatización del graffiti en Tijuana. Dicho objetivo dirige la investigación al análisis de la exposición de motivos para añadir el artículo 228 en EL CPBC, presentada ante El Congreso del Estado de B.C. el 20 de Mayo de 2003, en la ciudad de Méxicali Baja California.

---

<sup>101</sup> Redacción “*Lista de algunos grafiteros*”, Semanario Zeta 28 enero de 1994.

<sup>102</sup> De tres a seis meses de cárcel y multas hasta por 300 días de salario mínimo, según el artículo 227 del diario oficial de B.C. en 2003.

<sup>103</sup> Véase descripción de daño en propiedad ajena en EL CPBC.

## **Análisis de la exposición de motivos para añadir el artículo 228 en EL CPBC**

Se comienza por revisar la exposición de motivos, con la que es presentada la expresión juvenil denominada graffiti ante El Congreso de Baja California, con la intención de incluir el artículo 228 en el Código Penal de Baja California:<sup>104</sup>

La juventud en todas las latitudes de nuestro país, ha utilizado un sin número de formas para manifestar sus inquietudes, ideas, miedos, reclamos, exigencias y talentos, en ocasiones es a través de la práctica de algún deporte, de actividades culturales, pero en el peor de los casos es a través de la organización de pandillas, que canalizan esas energías en actos vandálicos que destruyen la imagen de una ciudad. El graffiti es una conducta social, que ha invadido las paredes de todas las ciudades de nuestro Estado, denotando que parte de nuestra juventud ha destinado sus energías a la delincuencia que destruye y deteriora con sus pintas, los bienes muebles e inmuebles que forman el patrimonio de cientos de personas, ocasionando molestia y frustración en aquellos que se ven afectados, al no encontrar al responsable que pague por los daños causados. El daño a la imagen urbana, llamado también graffiti como suele conocerse, es una conducta que tiende a afectar la presentación material y visual de la propiedad pública y privada; este daño, es un foco rojo que debemos atender; puesto que es el vandalismo el que se manifiesta con la finalidad de expresar la pertenencia del territorio de quienes lo practican; incluso, suele advertir que la vecindad, barrio, colonia o lugar, son zonas francas para el ejercicio de la delincuencia, dado que las condiciones de las mismas, son un indicador de criminalidad; que muestra los débiles lazos de pertenencia entre los individuos del lugar con la sociedad. Mediante el graffiti la juventud busca un nivel de aceptación, protagonismo o algún tipo de reconocimiento a costa del patrimonio ajeno, al creer que retan y se burlan de las autoridades y de las personas; especialmente, cuando la agresión recae en bienes en que por su ubicación, visibilidad, significado o representación son de gran importancia para las personas o para la imagen de nuestra Entidad.

### **El modelo de encauzamiento a través de la educación y el tiempo libre**

El párrafo inicial sugiere que la expresión juvenil de “ideas, miedos, reclamos, exigencias y talentos” se oriente positivamente a través del deporte o el desarrollo cultural. Sin embargo dado que existen expresiones juveniles negativas que se dan fuera de las orientaciones

---

<sup>104</sup> Véase anexo 5, la exposición de motivos para añadir el artículo 228 en EL CPBC, presentada ante El Congreso del Estado de Baja California el 20 de Mayo de 2003.

mencionadas, como las que se canalizan en “actos vandálicos que destruyen la imagen de una ciudad” o “a través de la organización de pandillas”, lo que resulta en indicadores de “que parte de nuestra juventud ha destinado sus energías a la delincuencia”.

La descripción de orientaciones óptimas para la expresión juvenil presentada, se encuadra perfectamente en las propuestas de encauzamiento basadas en los modelos de educación y tiempo libre con jóvenes integrados, descritos por Pérez Islas (2002, 129-130). Dichos modelos son puestos en práctica en América Latina a partir de la década de los cincuenta del siglo XX; y presuponen que la escolaridad es el instrumento de movilidad social al que se pliegan todos los jóvenes.<sup>105</sup> Complementario al tiempo escolar, el modelo implica el uso adecuado del tiempo libre, que se destina a actividades deportivas, recreativas y culturales. El fin último de estos programas es evitar que los jóvenes caigan en conductas descritas como peligrosas.<sup>106</sup> Pérez Islas, explica que la miopía de este tipo de modelo, es considerar que los jóvenes dividen su tiempo entre la escuela y el tiempo libre, pero sobre todo que todos los jóvenes se encuentran plenamente integrados al proceso educativo formal. Por consiguiente, el modelo descrito, excluye a los jóvenes “no integrados” a los que sólo se les identifica con actividades delincuenciales.<sup>107</sup> Con base en lo anterior, dicho modelo, aplicado en Baja California, otorga el lugar de potenciales delincuentes a aquellos jóvenes que se expresan y canalizan energías fuera de las orientaciones evaluadas positivamente para la juventud.

### **Jóvenes territorialidad, vandalismo y criminalización**

El mismo párrafo describe motivos de alarma, por “la invasión” de expresiones juveniles negativas en todas las ciudades del Estado, ya que éstas afectan “la presentación material y visual de la propiedad pública y privada”. También se esgrime que los afectados por las pintas requieren de sujetos responsables de los daños que se les causaron y que les resarzan; lo cual es un reclamo legítimo. Sin embargo la situación en torno a la presencia de expresiones de tipo graffiti en Baja California es presentada en un modo alarmante. Seguidamente, el párrafo caracteriza al graffiti como manifestación del vandalismo; en primer lugar por ser una expresión que marca el territorio de quien la practica y en segundo lugar, porque como se argumenta, la expresión sirve para indicar que ciertas áreas de la

---

<sup>105</sup> Lo cual es ad hoc con la orientación moderna de los regímenes nacionalistas de ese tiempo.

<sup>106</sup> *Ibid.*

<sup>107</sup> *Ibid.*

ciudad están abiertas para el ejercicio de la delincuencia. Las afirmaciones anteriores son utilizadas para presentar el graffiti como un indicador de la criminalidad presente en un territorio, sin embargo no se ofrecen materiales para comprobar las imputaciones hechas a dicha expresión. Finalmente, se acusa de criminales a los individuos que se reclaman del territorio en donde se presentan las expresiones de graffiti, y se les imputa una actitud de rechazo al resto de la sociedad.

Hasta este segmento, la descripción realizada, parece aludir a las expresiones del graffiti vinculadas a bandas juveniles y cholos que se estudiaron en la década de los ochenta y los noventa del siglo XX. Se infiere lo anterior, por el énfasis en la atribución de cierta actitud territorial de quienes practican el graffiti calificado como vandalismo. Sin embargo, la relación graffiti y jóvenes, no se comprueba de manera directa.

### **Graffiti y disputa simbólica**

En el último segmento del párrafo, se vuelve a mencionar a la juventud, la cual es acusada de buscar mediante el graffiti, “reconocimiento a costa del patrimonio ajeno”. Dicho reclamo, también es legítimo. Sin embargo la sentencia pone de manifiesto el conocimiento que existe de parte de la autoridad sobre la cultura juvenil que al momento de legislar estaba produciendo la mayoría de los graffiti que se inscribieron en el paisaje urbano de Baja California. Por lo que la iniciativa de ley orienta el tipo delictivo al segmento poblacional juvenil. En ningún momento se menciona que el delito de daño en propiedad ajena lo puede cometer cualquier individuo sin importar si es o no es joven. En la conclusión la autoridad reconoce el poder simbólico que porta el graffiti, en tanto que aprovecha la “ubicación, visibilidad y significado”, de los bienes donde se coloca. Comienza a hacerse evidente que el objeto social en disputa —*el enjeu*—, son los significados que cobra el paisaje urbano a través de acciones de expresión gráfica, mismas que las autoridades aprueban o sancionan. En este orden de ideas, acusar de criminales a los grupos “no integrados”, es una manera de encubrir el fin último del *enjeu*: evitar que grupos particulares expresen de manera gráfica sus inquietudes sobre el paisaje urbano.

Para reforzar las ideas presentadas, se analiza el siguiente párrafo, con el que concluye la exposición de motivos:

Es importante reconocer el esfuerzo realizado por las autoridades de la localidad en sus respectivos ámbitos de competencia, ya que se han ocupado por diseñar programas para orientar correctamente las diversas aptitudes de los jóvenes; pero este esfuerzo no ha sido suficiente para erradicar el problema del graffiti; lo que nos lleva como legisladores pensar en la necesidad de medidas más severas para castigar el daño estético de bienes tanto públicos como privados, así como en la indispensable promoción de la participación social para afrontar y resolver este problema que tanto nos aqueja. Baja California, no es sólo un lugar de encuentro para nuestra gente sino también, para emigrantes y turistas.

Con base en el último párrafo, se identificó la justificación para otorgar castigos a quienes provoquen daño estético a bienes públicos y privados. Por un lado, la reforma a EL CPBC se justifica en el otorgamiento de herramientas jurídicas para que los ciudadanos puedan defenderse de las afectaciones que les provoque el graffiti, a la vez que son invitados a colaborar y participar en la solución de un problema aparentemente de interés público. Por otro lado, se insta a reformar ELCPBC, bajo el argumento del bien común, y en tanto a que la penalización de las expresiones del graffiti juvenil, ayudará a protegerse del daño estético que se causa a los bienes públicos y privados, todo lo anterior en aras de cuidar la imagen de la ciudad y ofrecer un buen aspecto a sus visitantes.

## **La Secretaría de Seguridad Pública**

El combate al *graffiti* está contemplado en las políticas de prevención del delito en la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Baja California,<sup>108</sup> y en un tema recurrente en los discursos de funcionarios y políticos.<sup>109</sup> En consecuencia, El XIX Ayuntamiento de Tijuana, correspondiente al período 2007-2010, se caracterizó por implementar entre las políticas de prevención del delito, programas de gobierno para combatir el graffiti. Al preguntarle al Jefe de la Unidad Antigraffiti,<sup>110</sup> de la misma administración, sobre el origen del programa explicó:

---

<sup>108</sup> Véase anexo 9.

<sup>109</sup> Por ejemplo, Jorge Ramos, presidente municipal de Tijuana implementó el programa “Yo sí limpio Tijuana: acción antigraffiti”, en el año 2008. Véase Primer Informe de Gobierno, XIX Ayuntamiento Municipal de Tijuana.

<sup>110</sup> Entrevista con Pastor Marín Villaseñor, Jefe del Grupo Antigraffiti de LA SSPM de Tijuana.

El programa se genera a raíz de la detonación del graffiti vandálico y la relación que estaba teniendo con la formación de células delictivas en Tijuana. Vimos una relación muy directa, jóvenes que incursionan en una pandilla de graffiteros donde hay una estructura, un líder, unos seguidores, el que echa aguas, el que trae el spray, el que se sube a rayar, el jefe que da las órdenes. Forman una célula, un grupo donde empiezan a cometer actos en contra de la ley como dañar una propiedad privada. El artículo 228 lo contempla como delito. Estos jóvenes vemos que en la ciudad de Tijuana dan un salto muy rápido a la delincuencia organizada, brincan de pertenecer a una célula pequeña de graffiteros a los 12, 14, 16 años a lo más, (...) ya ves tú las noticias donde a los jóvenes los encontramos decapitados, mutilados, jóvenes que no rebasan los 15 años ¡Yo los he visto! Ajusticiados con 40 ó 50 impactos —de armas de fuego de grueso calibre—, jóvenes envueltos en grandes decomisos de droga, en casas de seguridad, donde hay personas secuestradas, asesinadas, detenidos con grandes armamentos, entonces vimos la relación que tiene con la formación de un grupo afín, delictivo, de graffiteros, con una célula del crimen organizado. Se nos encargó bajo órdenes, investigar y documentar el origen. ¡No el efecto! Ése se ve todos los días: jóvenes asaltando, secuestrando, robando, violando, que no rebasan los 16 ó 17 años. Hay que ir al fondo, el inicio (...) a la prevención.

El discurso del jefe de policía es sugerente, ya que plantea que dado que dentro de los colectivos juveniles que hacen graffiti, se da una organización jerárquica; ésta a su vez se puede transmutar en una célula criminal. Desde el punto de vista legal, esto es interesante, ya que si bien el daño en contra de la imagen urbana está contemplado como delito en EL CPBC; el artículo 228 BIS no contempla el carácter colectivo de las penas, salvo cuando un adulto provee de los instrumentos para hacer graffiti a un menor. Y en tanto a que es una realidad que los *taggers* se organizan para hacer graffiti, se recurre al artículo 247, que contempla penas para quienes participen en asociación de tres o más personas, con fines de delinquir. La segunda pena que se añade a la primera pues según la ley se otorga: “por el solo hecho de ser miembro de la asociación e independientemente de la pena que le corresponda por el delito que pudiere cometer o haya cometido”.<sup>111</sup> No obstante, se desconoce si en los hechos, al penalizar a graffiteros se añadan los cargos del artículo de 247 de EL CPBC, aunque técnicamente es posible.

---

<sup>111</sup> *Idem.*

No obstante, el jefe policial, no está hablando de colectivos de grafiteros que delinquen al modificar la presentación visual de un inmueble ajeno, sino de jóvenes que participan en las redes del narcomundo, ya sea como individuos o grupos que pertenecen a redes del crimen organizado. Esta diferenciación es muy importante, ya que la segunda es un tipo de criminalidad muy diferente a la primera. En otras palabras, la acusación por delito de daño a la imagen urbana, no es del mismo tipo, ni el mismo nivel, que portación de arma de fuego de uso exclusivo del ejército, delito contra la salud, secuestro, etcétera. Discursivamente el policía, sustituye el concepto de asociación delictiva de grafiteros, por el concepto de células del crimen organizado. Por otra lado, en los hechos, no se puede excluir que un individuo o un grupo de individuos que participan en las culturas juveniles del graffiti, también participen dentro de las redes de la delincuencia organizada. Sin embargo, en el hecho de que hubiere individuos en este supuesto, no se puede acusar a todo aquel que hace graffiti de participar en las redes del crimen organizado. Por el contrario este tipo de acusación se debe de tratar caso por caso.

Por otro lado, el jefe policial, intenta convencer con el argumento de que se han encontrado jóvenes participando en delitos relacionados al crimen organizado, esto al parecer es una realidad presentada en los medios de comunicación. Además él argumenta que como agente perteneciente a las fuerzas de seguridad, ha conocido los casos por experiencia (los ha visto). De cualquier manera, ya quedó claro que una cosa son los crímenes por graffiti y otra cosa los crímenes a los que alude el jefe de policía. Por otra lado, en cuanto la presunta relación directa entre graffiti y crimen organizado (extorsión, secuestro, venta de drogas, portación de armas); en el trabajo de campo, no fueron encontradas vínculos directos o necesarios entre éstas prácticas. En otras palabras, son prácticas independientes de la cultura juvenil de competencias simbólicas entre colectivos juveniles que hacen graffiti en Tijuana.

Al ser cuestionado sobre la generalización todos los que grafitean se convierten en delincuentes, el jefe de policía respondió:

No es generalizado, no todos los que grafitean van a convertirse delincuentes, pero es uno de los primeros delitos que comenten los jóvenes, seguido junto con el de robar. A parte de ver esto, no nada más nos quedamos ahí, sino que vamos y hablamos con ellos, avisamos, vamos a las escuelas (...) El que ya salió de su etapa de curiosidad, o su etapa de buscar una identidad, un grupo afín, que ya entran a los 18 ó 17 años, ya como que respiramos un

poquito (...) La delincuencia que se ha generado en la ciudad está ahogando a los jóvenes, no tienes más que ver los medios para comprobarlo.

En la aclaración, el jefe policial, parece retractarse de las acusaciones anteriores, sin embargo regresa a la acusación original: el graffiti es el inicio de la delincuencia. En ello se justifican las campañas de prevención del delito en las escuelas, con la bandera antigraffiti. Porque, según deja entrever, el problema está en la condición social de juventud, periodo en que los individuos se pueden desviar o adoptar conductas que los lleven a delinquir. Sin embargo en el trabajo de campo, dentro de EL CEMI, se identificaron algunos jóvenes que perteneciendo a las culturas juveniles que hacen graffiti, fueron detenidos por robo o por otros crímenes, aunque ninguno con relación directa al crimen organizado. Los mismos grafiteros explican que existen algunos grafiteros que pueden ser tumbadores o medio malandros, es decir, ladrones o delincuentes.

Sin embargo, la cultura de la delincuencia no es campo privilegiado y exclusivo de los jóvenes, o los grafiteros; sobre todo, en un contexto de crisis económica, descrédito de las instituciones, e impunidad. Por ello es engañoso, afirmar que el graffiti es el inicio de la carrera delictiva, cuando hay factores estructurales que detonan la delincuencia en las ciudades mexicanas de inicios del Siglo XXI. Aquí lo que se da es una estigmatización de la condición social de la juventud, misma que en México afronta un horizonte llano en posibilidades,<sup>112</sup> y en cuya situación, algunos jóvenes con escasas oportunidades, asumen pragmáticamente el riesgo de involucrarse en las redes del narco mundo (*Valenzuela 2002, 44*).

### **Del permiso a la censura:**

Existe la posibilidad de que el graffiti se convierta en una cuestión de trámite administrativo. En este sentido, los productores de graffiti pueden acercarse a dependencias públicas como El Instituto Municipal de Arte y Cultura (EL IMAC) y El Instituto de Cultura de Baja California (EL ICBC) para obtener un permiso, que funciona como carta de aval para la realización de un mural o pintura en una pared de casa, comercio u otro que ellos gestionen. Para conseguir el espacio, generalmente muestran portafolios de producciones anteriores junto con la propuesta a realizar en determinado lugar, para que el propietario del

---

<sup>112</sup> Reguillo 2000, 2002, 2003 y Valenzuela 2002, 2008.

espacio lo preste. Generalmente, frente a las dependencias públicas también muestran dichas propuestas, más la carta de los propietarios que prestan o ceden sus espacios para que se haga graffiti. De manera que, sí se cuenta con un permiso, ya sea del propietario o una carta aval de dependencias públicas como EL IMAC o EL ICBC, la actividad deja de ser graffiti del tipo penal, al menos que los graffiti sean juzgadas como expresiones que hagan apología al delito, en cuyo caso también pudiese iniciar un proceso penal. Aunque no se sabe de casos de productores de graffiti que hayan sido procesados y encarcelados por ése motivo, generalmente aplica el delito de daños en contra de la imagen urbana, sin embargo la posibilidad de asegurar a los productores que caigan en el supuesto de hacer apología al delito o faltas a la moral, está siempre abierta. Por lo que el marco legislativo — a través del artículo 249 en EL CPBC y artículo 90 de EL BPBGT se convierte en una fuerte herramienta de censura. Otra opción para hacer graffiti con permiso es que sean invitados a participar en festivales culturales o de graffiti organizados ya sea por entidades públicas o privadas.

**Figura 5.3: Videostill del diálogo en el Bazar de Expresión Urbana**



Fuente: Video del diálogo en el Bazar de Expresión Urbana, 17 de octubre de 2009.

Se puso a prueba el supuesto anterior, durante un evento organizado por Sharim, coordinador de cultura popular de EL IMAC; al Bazar de Expresión Urbana, se invitó a

escritores de graffiti, artistas y diseñadores a hacer murales en un callejón contiguo a La Plaza Ejecutiva en Zona Río. Al lugar acudieron escritores de graffiti de diversos *crews* y de distintas generaciones, así como artistas y diseñadores. En particular los escritores que utilizaron el espacio para hacer dobles, fueron acusados de hacer expresiones gráficas que hacen apología al delito, por el contrario, los otros muralistas no tuvieron el mismo problema. La irrupción de Pastor Marín Villaseñor, jefe antigraffiti de LA SSPM<sup>113</sup>, llamó la atención de Teresa Riqué Jaime, directora de EL IMAC, a quién la exhortó a trabajar de manera coordinada con él: “entonces, si yo le digo que (el graffiti) provoca un daño se lo muestro con hechos; mire ahí ya está rayado y hasta lo tacharon, mire aquí no se aguantaron, los que estaban haciendo (dobles) ahí también le aventaron unos pasones al poste de La C.F.E. (Comisión Federal de Electricidad) y en el piso. Entonces nos ponemos en la misma frecuencia, yo doy lo que yo puedo de mí, los muevo o me los acercan y les preguntamos qué van a hacer<sup>114</sup>, igual que hiciste tú Alfredo, tú me enseñaste tu libro y me dijiste esto es lo que voy a hacer. ¿Te he molestado?...para nada verdad”. Alfredo responde: “ellos hacen letras, y no son agresivas, traen ya cosas diferentes, nosotros hacemos imágenes por ejemplo yo hago caras”. Entonces una estudiante de comunicación entra al diálogo y opina: “cada quien tiene su construcción del arte”. El alegato sigue por unos minutos y Tere Riqué lo cierra diciendo: “no vamos a luchar contra una realidad, pero vamos a tratar de hacer lo que dice Sharim, vamos a sumar la parte que ustedes hacen, la parte que a nosotros nos toca hacer y tratar de que esto realmente tenga el enfoque artístico que pretendemos”.

El incidente, revela la posición oficial contra el graffiti, que se ejerce desde el poder legítimo a través del aparato jurídico. El evento descrito fue videograbado y analizado como secuencia narrativa<sup>115</sup>, y de ése material fue extraído el discurso del jefe antigraffiti de LA SSPM, quién argumentó de la siguiente manera:

- Policía 1; descalifica que un niño o adolescente vaya a convertirse en un artista legítimo así como hizo Alfredo, lo más seguro es que se enganche en la conducta delictiva. Por tanto los grafiteros son malos ejemplos de conducta.

---

<sup>113</sup> Aunque en el lugar de los hechos se presentó como: Comandante antigraffiti.

<sup>114</sup> En el video Pastor dobla el brazo y lo acerca al pectoral, lo que lleva a pensar que a través de la comunicación no verbal está diciendo: todo debe de suceder bajo mi tutela.

<sup>115</sup> Según propone Reguillo, 1996:114-115.

- Policía 2; pone su vivencia como policía al centro de la discusión, y soslaya la vivencia del fenómeno desde el campo del graffiti, o desde la visión de Alfredo.
- Policía 3; argumenta que un joven que hace graffiti es más proclive al consumo de tabaco.
- Policía 4; alaba la labor de Shente y Alfredo y los propone como modelos de conducta.
- Policía 5; argumenta que conoce los significados del graffiti, pero descalifica sus fines y actitudes (ego); las califica como conductas territoriales y pandilleriles; y por ende delictivas. Además cuenta con documentos probatorios de casos extremos.
- Policía 6; propone a funcionarios de El IMAC regresar al principio de cooperación y reconocer la posición oficial contra el graffiti.
- Policía 7; soslaya la necesidad de oficios o cartas aval. Ya que a través de un acuerdo verbal él puede otorgar consentimiento para que se hagan los murales, además puede proveer seguridad para que no se acerquen ni ladrones ni vándalos al lugar donde se pinte.
- Policía 8; Por mandato presidencial él tiene el poder sobre las paredes y las puede ofrecer, además de difusión y algo de pintura. Concluye poniéndose a las órdenes de los presentes y exhorta a Sharim a traer al redil a los que hicieron graffiti caracterizado como vandálico (letras dobles y *tags*).

El discurso anterior fue sustraído de un diálogo entre los directivos del EL IMAC y del Grupo Anigrffiti de LA SSPM. Dicho material fue videograbado en una situación informal y en presencia de varios participantes (alta densidad) en torno a los objetos sociales: criminalidad, graffiti, arte y conducta delictiva. A su vez la secuencia narrativa está entrecruzada por escenarios sociales, de tomas de posición, relaciones de poder que implican diferencias de clase, generacionales (jóvenes y adultos), profesionales, género. Este material merece un análisis profundo<sup>116</sup>. Sin embargo, el discurso del policía sirve para evidenciar la

---

<sup>116</sup> Véase Anexo 6: Diálogo en el Bazar de Expresión Urbana.

manera en que éste interpreta al graffiti a través del marco legislativo y desde su posición en el campo del poder.

### **Del arte urbano a la censura**

EL IMAC, a través de la Coordinación de Cultura Popular (LA CCP), se ha interesado por impulsar proyectos con la bandera del arte urbano. Con dicho interés, promueve a creadores y prácticas vinculadas a la cultura juvenil, tales como baile, gráfica, pintura, fotografía, música de varios géneros, desde el rock hasta el *hip hop*, *auto tuning*, motociclismo, teatro y prácticas culturales con el sello urbano<sup>117</sup>; además de una oferta de creaciones de producción limitada, tales como vestimenta, artesanía, gráfica, accesorios, esculturas textiles, etcétera. Por ejemplo, en febrero de 2009 tuvo lugar el Festival de Expresión Urbana, primer evento con este carisma organizado por el IMAC. La propuesta se presentó en comunicado de prensa de la siguiente manera: “Teniendo como materia prima la industrialización, las problemáticas sociales, y el ambiente fronterizo; los artistas de [sic] nutren su creatividad con el contexto, y crean con herramientas al alcance de todos: atmósferas de análisis, de crítica, de expresión, de llamado de atención. De inspiradores momentos que darán vida a la voz de quién vive la ciudad tal cual es”<sup>118</sup>.

En el cartel promocional aparecen las prácticas que se podrán apreciar en el evento, sin embargo no se hace mención explícita al graffiti, si acaso se habla de arte urbano, por lo que en apariencia parece ser excluido de la celebración. No obstante, LA CCP de EL IMAC, se pronuncia desde una posición incluyente, manifestando que integra y promueve diferentes expresiones populares y urbanas como son: “graffiti, break dance, danza prehispánica, danzón, danzas regionales, música, pintura, grabado, artes visuales, teatro urbano, artesanos regionales y urbanos entre otros”. Seguidamente se organizó el Bazar de Expresión Urbana donde el graffiti se coló de manera marginal y reclamó su lugar como una de las artes pioneras en el entorno urbano. Al evento acudieron, distintos representantes de la colectividad graffitera. Estuvieron los veteranos representados por Shente y Libre, Spel, Kafie y Benuz, quienes pintaron un par de murales con distintas figuras, y en la medida de lo posible prescindiendo de hacer letras. Por el contrario, Daim y Relok pintaron dobles con sus nombres, y sus trabajos fueron acusados de conducta delictiva según el argumento que se

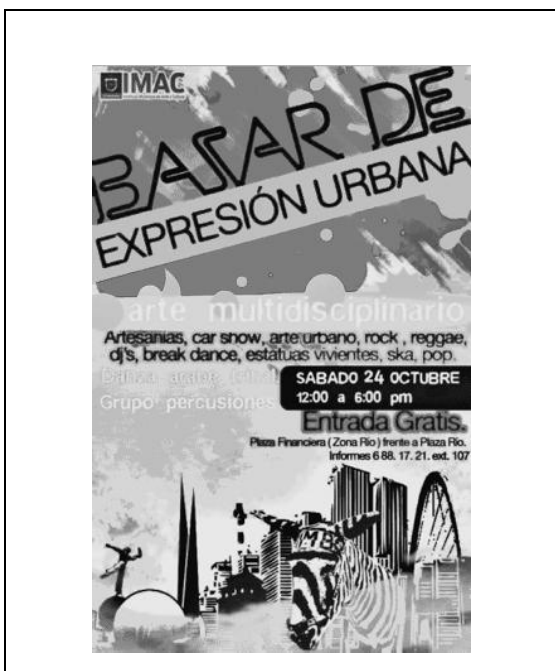
---

<sup>117</sup> Dejando atrás la referencia del arte callejero.

<sup>118</sup> <http://www.tijuanaeventos.com/sonidero/musicon/150-festival-de-expresion-urbana>

revisó anteriormente . Además, las producciones de los últimos, causaron la controversia anteriormente señalada, entre El Grupo Anigrafitti y EL IMAC. En la medida que los veteranos han sido aprehendidos por hacer letras, pero también de manera infundada, es que se han plegado a hacer producciones minimizando el espacio para sus nombres o evitándolo del todo.

**Figura 5.4:**  
**Cartel del Bazar de Expresión Urbana**



Fuente: EL IMAC

**Figura 5.5:**  
**Cartel del Festival de Expresión Urbana**



Fuente: EL IMAC

En efecto y en lo general EL IMAC y las instancias de cultura, no censuran las propuestas de los productores de graffiti. Sin embargo, debido a que LA SSPM mantiene una disposición no oficial, en cuanto a lo que se puede y no se puede representar; misma que dicta: “quedamos en el entendido de que no se van a pintar letras”. Por lo que, indirectamente EL IMAC es instado a plegarse también a dicha norma a través del argumento de cooperación. A su vez, debido a que la policía se presenta socialmente como la autoridad en materia, es que puede influir en la valoración que EL IMAC tiene con respecto al graffiti. Además, como LA SSPM tiene facultades para hacer valer el marco legislativo, amenaza a los productores de graffiti con su poder de aprehensión, procesamiento y sanción.

**Figura 5.6: Pieza de veteranos en el Festival de Expresión Urbana**



Fotografía propia, 2010

### **Conclusiones del capítulo**

Se encontraron relaciones transversales entre los discursos de los funcionarios de gobierno y los discursos de la prensa, como cuando el jefe de la policía respalda sus afirmaciones con los hechos que se dan a conocer en la prensa y que por ello son de todos conocidos, dígame la violencia que se vive en la ciudad y la creciente participación de menores de edad en las redes del narcomundo y el crimen organizado Sin embargo, como se demuestra estos hechos poco o nada tienen que ver con el fenómeno del graffiti. De tal manera que al ser inquirido el jefe antigraffiti no pudo generalizar que todos los que grafitean van a convertirse delincuentes; no obstante afirmó que el graffiti es la entrada a la delincuencia.

De la exposición de motivos, para reformar el artículo 228 de EL CPBC, presentado por el legislador Juan Terrezas Silva y aprobada por mayoría en El Congreso de Baja California, se extrajeron los siguientes resultados:

1. Las vías aprobadas por el Estado de Baja California para la expresión de las “ideas, miedos, reclamos, exigencias y talentos” de la juventud son a través del deporte y el desarrollo cultural. Por consiguiente se otorga el lugar de potenciales delincuentes a aquellos jóvenes que se expresan y canalizan energías fuera de las orientaciones valoradas como positivas para la juventud.

2. A través de un discurso persuasivo, el diputado Juan Terrazas Silva utilizó estrategias de reducción y proscripción del graffiti, al presentar expresiones gráficas y productores, como agentes que amenazan la convivencia social en las ciudades de Baja California; según esta lectura, ellos son indicadores del ejercicio de la delincuencia en las ciudades. Lo que a su vez, son estrategias de criminalización, que imponen estigmas a las expresiones juveniles que se identifican con el graffiti.
3. Con el objetivo tipificar el delito de daño en propiedad ajena el legislador construyó el estereotipo del joven pandillero que vandaliza la ciudad, como si la comisión de este tuviera exclusividad. Lo que demuestra que la iniciativa de ley tiene un blanco específico: los jóvenes.
4. Finalmente, la exposición de motivos revela el objeto social en disputa, inhibir que grupos sociales particulares, sobre todo el juvenil exprese sus inquietudes en el paisaje urbano, pues al hacerlo afecta intereses públicos y privados, tanto en lo material como en lo simbólico. En este sentido, acusar de criminales a los grupos “no integrados”, es una manera de encubrir el fin último del *enjeu*-y erradicar este tipo de expresiones en el paisaje urbano

Del video analizado del cual se extrajo el discurso de la policía se deducen los siguientes resultados:

El jefe antigraffiti o el discurso de la policía:

1. Descalifica y censura al graffiti, vinculándolo a la delincuencia, a la drogadicción y el pandillerismo).
2. Construye y difunde estigmas, por ejemplo aseverando que, quienes usan el bote de aerosol son propensos a drogarse y/o a delinquir. También que los grafiteros son malos ejemplos de conducta.
3. Establece relaciones de poder con los productores de graffiti y con otros expositores del programa de expresión urbana. Sin embargo, en primer orden, la policía tiene poder de coerción sobre los productores de graffiti.
4. Menoscaba la necesidad de hacer oficios o cartas aval para hacer graffiti. Monopoliza los permisos para inscribir murales u otra forma simbólica en el paisaje urbano. Además escoge, filtra, y censura a los productores de formas simbólicas que aspiran a hacerse visibles en el paisaje urbano.

En conclusión, se tienen datos para afirmar que a través del discurso de la policía, se evidencia su posición en el campo del poder, y desde ahí, propone su interpretación del graffiti como la única válida, a pesar de ser una lectura parcial. Dicha interpretación se caracteriza por menoscabar los fines y las actitudes de quienes hacen graffiti, además que emite juicios que demeritan los significados del graffiti al interior de las culturas juveniles que los producen.

Además, se encontró que los funcionarios de gobierno implementan estrategias para censurar la producción de graffiti en el paisaje urbano de Tijuana. Lo que indica que el graffiti se inserta en una disputa simbólica entre agentes juveniles que producen una imagen alternativa del paisaje urbano y los funcionarios que sancionan estas expresiones con base en un marco legislativo y a través de la censura de las expresiones juveniles del graffiti. Finalmente, los ejemplos reunidos y analizados, sirven para afirmar que desde los discursos del poder se estigmatiza tanto al graffiti como a sus productores, vinculándolos con la delincuencia.

Por último, se analizó una de las historias más conocidas en el graffiti local, a través de contrastar el discurso de la prensa y el discurso proveniente de las culturas juveniles que hacen graffiti. En cada caso la construcción de Sergio Ibarra y/o Sueño, es muy diferente; por un lado su tratamiento en la prensa, sirve para vincular al graffiti con la conducta delictiva, el consumo de drogas y eventualmente la muerte violenta. Aquí el grafitero es un sujeto desviado y un delincuente. Por otro lado, Sueño entre los colectivos juveniles que hacen graffiti es una especie de ser mítico, un sujeto cuyo final fatal fue sólo la consagración última de una serie de proezas que sirvieron para legitimar al interior del graffiti el arquetipo del *tager* y su actitud iconoclasta. Sin embargo, ambas son interpretaciones extremas y estereotipadas del fenómeno. En el siguiente capítulo se recuperan las miradas de grafiteros ubicados en distintos momentos del curso de vida, lo que permite situar el mundo vivencial y conceptual desde la perspectiva de las culturas juveniles que hacen graffiti en Tijuana.

**Figura 6.0: Grafitero junto a *tag* y *throw up* de U.P.S.**



Fuente: Fotografía de archivo propio, 2003.

## CAPÍTULO 6: LAS MIRADAS PROSCRITAS DEL PAISAJE URBANO

### Modos de agregación y procesos de adscripción entre grafiteros

Los modos de agregación entre grafiteros de Tijuana serán detallados en esta sección. Algunas premisas ayudaran a realizar la descripción. En primer lugar, se propone que los grafiteros se agregan en colectivos, denominados por ellos mismo como *crews*. El sentido compartido entre los integrantes del *crew* es, adquirir visibilidad en el paisaje urbano a través de la producción de graffiti, como medio para lograr el reconocimiento entre los demás grafiteros. Así mismo, todos los individuos que hacen graffiti pertenecen a una comunidad de sentido que comparte significados y valores propios de esta cultura juvenil. En segundo lugar, hacer graffiti tiene una función comunicativa implícita, sin embargo a través de este medio, se privilegia en primer orden, las comunicaciones con el grupo de iguales, y en segundo orden con los otros o el público en general. Por consiguiente, las creaciones de graffiti son la manera de establecer lazos comunicativos dentro de la comunidad de sentido que representa la cultura juvenil del graffiti. Por esta razón se espera que, los grupos sociales que no pertenecen a la comunidad del graffiti, tampoco participen de los significados que tienen entre los grafiteros hacerse visibles en el paisaje urbano.

En adelante, se describirá la agregación entre grafiteros a partir de la unidad individual o *tagger*; cuyo fin es a pertenecer a un *crew*, o colectivo de grafiteros. Además, en concordancia con la teoría de capital de Bourdieu, se propone que las relaciones sociales adquiridas al pertenecer a un *crew*, conforman el capital social con el que cuenta tanto el individuo como el colectivo grafiteros. Dicha, red social tiene fines prácticos tales como: acompañamiento para realizar las producciones de graffiti, contar con asociados que defiendan los intereses grupales, soporte mutuo frente a las adversidades y el establecimiento de una red de complicidades y favores que ayudan en la carrera individual y grupal dentro de la cultura del graffiti; en suma se trata de maximizar el esfuerzo grupal a través de la conformación de firmas colectivas asociadas bajo el nombre del *crew*.

Por consiguiente, el *tagger* puede iniciarse en el graffiti de manera individual, aunque siempre con miras a pertenecer a un colectivo. A decir de los entrevistados, se inicia en el graffiti en edades tempranas (a veces desde los 7 años), los niños imitan a los mayores trazando con tizas o plumones en muros cercanos a sus domicilios o en libretas escolares. No

obstante el momento de eclosión del graffiti y la formación de *crews* se ubica en la adolescencia (12 o 13 años), coincidiendo con la etapa escolar de la secundaria, o cuando los jóvenes adquieren mayores libertades para moverse entre el domicilio particular, la escuela, las casas de los amigos o en el tránsito hacia otras ocupaciones; como en el caso de Fire) que relata sus inicios: “Primero haz de cuenta que me puse en la libreta acá estaba en la secu [sic] y me ponía a rayar acá en la libreta. O a veces me la pinteaba antes no nos vendían latas ni nada de eso teníamos que decirle a un compa qué nos hicieran el paro a que nos las vendiera antes comprábamos Comex ó comprábamos uno del águila y ya después poco a poco, ahí en tu casa te pones a hacer letras y eso y así haz de cuenta te decides a qué *crew* piensas entrar”. El relato, describe tanto, las acciones que emprende el *tagger* en preparación para ser parte de un *crew*, como el uso de herramientas para hacer graffiti, éste dato es importante porque el tipo de bote que se utiliza para grafitear tiene un valor simbólico dentro de la cultura del graffiti.

Los *crews* están formados por cuadrillas de *taggers*, los más pequeños son de 3 a 5 integrantes, pero los hay mucho más grandes. Los *crews* buscan reclutar *taggers* que demuestran habilidades para rayar en las calles. En este sentido la entrada a un *crew*, requiere que el aspirante demuestre ser competente en el graffiti. En este punto, hay que señalar que si bien existen competencias valoradas de manera diferencial en la cultura del graffiti – controlar el bote, tener buena letra, hacer aracles—, lo más importante al inicio de la trayectoria de un grafiteros es darse a notar, es decir, que los demás vean su nombre escrito en la calle y en todos los lugares posibles. Esta carrera por hacerse visibles en el paisaje urbano, ha sido nombrada por las culturas juveniles que hacen graffiti desde Nueva York hasta California con el vocablo “*get up*” o levantarse: “*In order to maintain a reputation a writer must manage to get up continually*” (Castleman 1981, 21)

Todas las acciones de los grafiteros, están encaminadas a buscar el reconocimiento de los demás grafiteros. Situación que obliga a considerar otro componente valorado dentro la práctica del graffiti: la acumulación de capital simbólico. En concordancia, las acciones valoradas positivamente por otros grafiteros dentro de la comunidad de sentido, acumulan valor simbólico. Además, en la trayectoria individual, el individuo reúne su propio capital a través de su *tag* o firma. Sin embargo, colectivamente, el depositario del capital simbólico es el *crew*. La membresía en unos *crews* es más exigente que en otros. Por ejemplo, en la

primera generación del H.E.M.<sup>119</sup>, los aspirantes tuvieron que poner un gran número de firmas, antes que fueran aceptados en el colectivo. Aquí los integrantes originales o O.G.<sup>120</sup> deciden cuál será la cuota aceptable de *tags*, así como quién entra y quién sale del *crew*.

Dentro de la comunidad grafitera el *tagger* entre más levantado está, mayor prestigio acumula. Esto quiere decir que los nombres que más se repiten en los muros de la ciudad, pertenecen a los *tagger* más levantados. Todas las maneras de hacer graffiti cuentan para acumular capital simbólico, no obstante en el *tagerismo* se han identificad 6 expresiones clave. A saber: *tag*, lista, trepe, bomba, rodillazo, y *scratch*. Para los grafiteros, las pegas son una manera de hacerse visibles, sin embargo, a razón de que el riesgo para realizarlas es menor, su valor simbólico también los es. No obstante se reconoce a quiénes logran colocar sus pegas en varias partes de la ciudad.

También, es usual que en las creaciones de graffiti, se incorporen los nombres de los integrantes de un colectivo. Esta situación se da, tanto al realizar listas, como al realizar bombas y piezas. Cada producción en el mundo del graffiti tiene un valor simbólico diferente, así mismo éstas sirven para fomentar y expresar las relaciones sociales que se dan al interior de las cultura juveniles que las producen. Por ejemplo, las listas realizadas por *taggers*, usualmente incluyen los nombres de aquellos integrantes del *crew* que ayudan a llevarlas a cabo. No obstante, en las listas se da la institución social del “*acople*”. Es decir también es posible escribir el o los nombres de aquellos integrantes que no participaron directamente en la creación de la lista. Esta situación se explica en la medida que acoplar, genera compromisos hacia quienes otorgaron el don generoso del *acople*. Aquellos *taggers* que han sido acoplados se verán obligados a retribuir el favor, incluyendo el nombre de otros *taggers* en sus siguientes producciones. En este sentido el *acople* funciona como obsequio o crédito a favor del donador.

En el trabajo de campo también se encontró una razón económica para llevar a cabo las listas. Éstas parecen maximizar los recursos con los que cuentan los *crews*, tanto a sus integrantes, como su herramienta de trabajo: el bote de aerosol. En otras palabras, con un solo bote es posible crear una producción colectiva, firmadas por varios *taggers*. Si a ello, se

---

<sup>119</sup> H.E.M. o “Hecho en México” es uno de los *crews* más antiguos de Tijuana.

<sup>120</sup> O.G. son iniciales de *original gangster*. Un O.G. es normalmente un miembro de un *crew* que ha estado presente por algún tiempo y ha puesto en una gran cantidad de trabajo por ejemplo, poniendo su nombre o el nombre del *crew* en varias partes o venciendo en batalla a integrantes de *crews* enemigos. Por lo tanto son más respetados y se le considera integrantes distinguidos dentro del *crew*.

suma el crédito que aportan los acoples; provoca que la lista sea una estrategia de acumulación de capital social y simbólico, del que se benefician varios *taggers*.

En el graffiti, el prestigio no se hereda, por el contrario se gana demostrando capacidades sobresalientes para hacer graffiti. Para los *taggers* esto significa poner la firma en todas partes, rayar en sitios de difícil acceso y de gran visibilidad, por ejemplo: sobre edificios, puentes, señales de tránsito, espectaculares, etc. El tamaño y localización de las firmas también es muy importante, sobre todo en los trepes, las listas y los *throw ups*. Todas estas creaciones están encaminadas a reproducir y circular las firmas y el nombre del *crew* en el paisaje urbano. Otros términos para nombrar éste propósito son: levantar al *crew* o poner el nombre del *crew* en alto. Los *crews* que tienen integrantes sobresalientes pueden aventajar a los demás, no sólo por el número de creaciones en el paisaje urbano, sino también por su calidad y espectacularidad. Un ejemplo de la última dimensión la aporta Fire “Si tienes muy buena letra en la pared y con un buen tip que es un megablast, un germany ó un shotgun esos son los mejores para pintar si tienes buena letra te levantas en breve cómo ahorita el Open.”

El reconocimiento también se gana demostrando una actitud de valentía y compromiso grupal; “rifártela por el *crew*” es importante, participando en las salidas a hacer graffiti, respondiendo a los retos que proponen otros *crews*, superando el miedo a ser aprehendido por la policía, afrontando las consecuencias de los propios actos. Como explica Fire: “yo cómo exgrafitero te lo puedo decir ese graffiti que está allá arriba es de rivalidad porque estás poniendo el *crew* puedes poner tu nombre y está bien pero ya cuándo pones el *crew* en grande ya te la estás rifando por el *crew*”. En general se trata de demostrar valor para responder a los retos implícitos en la dinámica de competencias del graffiti.

Otro aspecto del reconocimiento en el tagerismo se gana y se conserva respondiendo a retos con vigilancia de los demás grafiteros<sup>121</sup>. En este sentido, si un *tagger* falla al autoafirmarse como miembro del colectivo, puede ser expulsado del mismo. Esta situación la vivió uno de los entrevistados, al ser requerido para rayar en la Zona Centro: “como nadie estaba rayando, el líder del U.P.S., el Skip, nos puso un reto, 20 (*tags*) U.P.S. en el centro en 20 días, o sea uno por noche, pero nadie quería bajar al centro porque era menos arriesgado

---

<sup>121</sup> Para analizar esta dinámica es de gran utilidad el esquema de conductas socio-culturales en relación al graffiti en Ciudad Juárez, realizado por Castro 2004

estar pegándole en estos rumbos, era mejor darme a conocer ahí, que bajar al centro y tronar rápido. Porque mis compas tronaban a cada ratito”. El entrevistado hizo un cálculo del riesgo entre rayar en zonas aledañas a su domicilio, que viajar a “Zona Centro”, a razón de que, Zona Centro es vigilada por la policía, y por temor a ser aprehendido el entrevistado fue expulsado del *crew*, lo que tiene repercusiones negativas en su acervo de capital social y simbólico al dejar de pertenecer a un colectivo con prestigio.

Los grafiteros que han desarrollado un estilo particular, adquieren reconocimiento por méritos propios, regularmente a través de una carrera sustentada en creaciones originales, el desarrollo de habilidades para el diseño, el dominio de las herramientas, un performance excepcional reconocido por otros grafiteros, a veces ejecutado en la clandestinidad y otras veces escenificado de manera pública, con la intención de obtener el reconocimiento de la comunidad graffitera. Sólo algunos grafiteros logran desarrollar un estilo original, la mayoría practican estilos genéricos, aprendiendo a hacer las letras más usuales, como las tijuanas o las cholas, o ensayando los diseños que aparecen en revistas y en la web. También los estilos y diseños que se ven en la calle son fuentes de influencia y hasta la visita de personalidades del graffiti, como Blade de Filadelfia o Chor Boogie de San Francisco.

Los estilos son considerados propiedad de sus autores, casi cualquier grafitero inmerso en su cultura sabe identificar la procedencia de los estilos. Por ejemplo un entrevistado comenta: “En Mexicali todos quieren ser del T.K.O, están muy influidos por el Dsek y el Resa, en Tijuana cada quién mordisquea de donde puede, en Mexicali muerden<sup>122</sup> de uno solo (*crew*)”. Aprender de los demás grafiteros no es vergonzoso, sin embargo copiar un estilo y pretender que es propio es deshonesto y se castiga con la pérdida de prestigio y el estigma de copión. A su vez, el grafitero que no desarrolla un estilo personal (sin contar el prestigio acumulado por el número y localización de sus firmas), es un escritor promedio y ocupa un lugar menos prestigioso, que quién tiene estilo. Más aún, los que no desarrollan habilidades valoradas por los demás grafiteros, serán estigmatizados como “maletas”.

En el graffiti, el estilo es un componente del capital cultural, ya que éste se deposita en primera instancia en el escritor que aglutina habilidades y saberes valorados en ésta

---

<sup>122</sup> Expresión que alude al préstamo o copia de estilos de otros escritores. El término proviene del léxico neoyorkino “bite”, descrito en la investigación de Castleman 1981,24.: *Bitting is looked down upon most writers, and those who are bit will often become angry and seek out the biter for a confrontation or even a fight.*

cultura. Por tanto, es responsabilidad de cada grafitero, conformar su capital cultural. Dicho capital, proviene tanto de aprendizajes adentro de la cultura juvenil, como en saberes provenientes de otras áreas (como los diseñadores y arquitectos que participan en la cultura del graffiti). En este sentido el capital cultural circula en el espacio social macroscópico y microscópico, obtenerlo depende tanto del esfuerzo individual, cómo de las relaciones sociales trazadas con grupos e individuos que acumulan saberes e incluso de la posición social que ocupa cada individuo en el espacio social. Así mismo, algunos escritores suelen compartir sus habilidades y otros suelen ser celosos con sus saberes, cómo algunos veteranos que atesoran hazañas sobresalientes, que muchos novatos desean conocer, para sumar a su acervo cultural y luego presumir entre iguales y subalternos.

En las trayectorias del graffiti, siempre se puede aspirar a ser algo más. Los grafiteros inexpertos observan en los grafiteros destacados, tanto por su estilo, como por sus habilidades, éstos pueden ser modelos para el desarrollo de las trayectorias individuales. Es por ello que una creación novedosa en cuanto a estilo o audacia, es motivo de admiración entre la comunidad graffitera. Las hazañas del pasado viven en la memoria grupal, sobre todo si el *crew* está ahí para recordarlo; de otra manera, se corre el riesgo de ser olvidado. Por lo general las carreras cortas se olvidan, sin embargo quienes llegan a realizar una gran cantidad de graffiti o quienes llevan a cabo retos que aún no han sido vencidas. Por ejemplo el Sueño rayó su tag en la Garita Internacional de San Ysidro. Acciones como ésa, es difícil que se olviden, actúen éstos en solitario o dentro de un *crew*, lo cual es extraño, la mayoría de los grafiteros pertenecen a un colectivo.

Algunos grafiteros llegan a una marca y se retiran como el Dunk hizo 100 trepes sobre letreros direccionales en autopistas, vía rápida y libramiento. Así mismo, se consideran integrantes sobresalientes de un *crew*, a los buenos soldados o *taggers* que realizan una gran cantidad de firmas o acciones riesgosas, como rayar zonas y lugares de difícil acceso-Esta categoría también cubre a los escritores que tienen estilo y a los artistas del graffiti. No obstante, como cualquier otro escritor, estos integrantes se ganan el prestigio a través de una trayectoria destacada y su reputación se fijan en la memoria de los grafiteros, no obstante en la cultura del graffiti no se respeta a quién sólo hace muros con permiso. Por esta razón se vuelve necesario salir a las calles a hacer *tags* o bombas de vez en vez, como una manera de

ratificar su actitud iconoclasta. Ello explica los regresos de los escritores retirados. Por ejemplo el W.O.W.<sup>123</sup> del H.E.M. o “Hecho en México”.

La descripción llevada a cabo, sugiere que al interior de la cultura del graffiti, se dan distintas identificaciones que refieren a trayectorias particulares y posiciones diferenciadas de actores sociales dentro del campo cultural del graffiti. A su vez las identificaciones se entretajan con procesos de adscripción identitaria donde las prácticas socioculturales tienen una valoración simbólica ya sea de reconocimiento, prestigio o trayectoria, con vigilancia de los integrantes de la cultura y adquieren definiciones particulares ya sea se trate de la generación de tageristas o de grafitistas que cultivan el estilo.

### **Graffiti como modo de producción del paisaje urbano en Tijuana**

En el apartado anterior se describieron los procesos simbólicos, mediante los cuales se conforman las adscripciones identitarias dentro de la cultura del graffiti en Tijuana. Ahora se describirá los productos culturales, a través de los cuales, los jóvenes se adscriben presencial y simbólicamente al graffiti. Dicha expresión cultural, hace uso de herramientas específicas que se identifican con significados socioculturales atribuidos desde la cultura del graffiti mediante la validación de los participantes de la cultura.

**Figura 6.1: Cash tachando tag de B.I.G.**



Fuente: Fotografía de archivo propio, 2003.

<sup>123</sup> W.O.W. es un integrante veterano del H.E.M.; sus iniciales significan: *Writing on Walls*.

En general se puede decir que los grafiteros tienen un inicio común en el tagerismo, en palabras de Cruz (2007,10): “En realidad todos los que hayan sido o aún son grafiteros, iniciaron pintando ilegalmente, unos por la falta de espacios, otros por las ganas de arriesgarse y la mayoría porque les gusta lo excitante de la práctica juvenil del grafito.” Sin embargo, como se ha venido describiendo, existen algunos grafiteros, que elevan el nivel de la batalla simbólica generando formas gráficas de mayor complejidad, éstos integrantes de la colectividad graffitera tienen mayor experiencia y son denominados artistas del graffiti. Éstos suelen criticar a los *taggers* que se van iniciando porque “rayan sin parar y sin mejorar sus técnicas”.<sup>124</sup>

Si se toma en cuenta que el rango de creaciones de los *taggers* se circunscribe a las letras, la competencia mínima, es saber utilizar el bote de aerosol para hacer letras. Por lo que, lo primero el “controlar el bote”, lo que requiere de cierta habilidad para hacer trazos continuos y evitar briseados, ya que el aerosol es una herramienta que rocía pintura a través de una válvula de presión. Lo segundo para figurar en la escena, es hacer las letras “tijuáneras”, estas son letras de molde con variaciones de trazo a 45°. También hay que saber hacerlas de “reversa” e inclinado sobre el muro o suspendido cabeza abajo, haciendo trazos de derecha a izquierda.<sup>125</sup> Aún así, dado que éstas creaciones se realizan sobre inmuebles, sin contar con el consentimiento de quien pueda otorgarlo (propietario o administrador público), tampoco se exige que las letras estén perfectas, sino que se realicen lo más rápido posible. Lo mismo se puede decir para los *throw ups* y bombas.

Los *taggers* y los *bombers*, pueden vencer a sus rivales, al realizar sus creaciones en un sitio de mayor dificultad, por ejemplo, si es a pie de calle, haciendo la firma sobre la precedente, ya sea arriba o con una más grande. Por otro lado, si es en la cornisa de un edificio, se vence el reto escribiendo la firma o lista debajo de la que precedió (a razón de que en la escritura en cornisas, la altura se mide inversamente, es decir, de arriba abajo). Por otra parte “chacalea la ciudad”, significa haber colocado firmas en varios sitios; por ello, los *taggers* más levantados son “chacalones”.

En las letras el estilo es importante, pero ello entra en otra categoría, se relaciona con la originalidad de un grafiteros; además ésta es una cualidad intrínseca al individuo. No

---

<sup>124</sup> *ibid.*

<sup>125</sup> Véase figura 6.1 Cash tachando *tag* de B.I.G.

obstante, los graffiteros que quieren mejorar su estilo dedican horas a pulir la firma, mismas que al haber alcanzado un nivel satisfactorio, se comparten en libretas que circulan entre la comunidad graffitera. A través de este instrumento, los graffiteros ensayan sus creaciones, desde las más sencillas como la firma, hasta las más complicadas, como las piezas. Coleccionar firmas en una libreta, también es una fuente de capital simbólico y cultural<sup>126</sup>, pero es minoritario si se compara con el significado de hacer graffiti directamente en la calle.

De esta manera, quienes se interesan por explorar y refinar el estilo están en condiciones de avanzar a otra etapa en la trayectoria como graffitero, definida con anterioridad como la guerra de estilos. En contraste, las listas y los trepes responden al arquetipo de las letras tijuanaeras [sic], por lo que en este nivel, sólo importa la reproducción de un modelo comunicación gráfica, que no varía en estilos<sup>127</sup>. Por el contrario, el escritor que busca desarrollar su estilo, hace firmas intentando realzar su nombre; no obstante si pertenece a un *crew*, éste se puede beneficiar del logro individual. La evolución del trazo también incluye exploración en la forma y el contorno en la letra, llegando ésta a representarse en dos y tres dimensiones. Esto es particularmente visible en las creaciones, dobles y tresdó (3D) que además pueden incluir varios colores, rellenos y efectos de pintura.

Hasta este punto, se ha descrito el graffiti como evolución de escrituras de puño y letra sobre el paisaje urbano. La acotación es importante porque la escuela neoyorkina (pionera del grafitismo contemporáneo), se constituyó principalmente de escritores o *writers*, que después de hacer *tags* y bombas, evolucionaron las letras y los estilos (*bubble*, *machine*, y otras.), y luego adicionaron fondos y caracteres que acompañaron a las letras, inventando así las piezas, o producciones que se pintaron sobre los vagones del metro de Nueva York. Hoy en día, el origen del grafitismo como escritura es defendido por varios escritores sobresalientes: “*A writer its a writer*” sostiene Pose 2, “*making tags and bombs it’s what makes me happy*”, recapacita el Truco del H.E.M., “desafortunadamente tiene que ver con rayar en propiedad ajena... aunque mejor si es del gobierno”, recapacita Shente.

A pesar de la defensa de los escritores, el graffiti ha evolucionado en otras direcciones y es posible ver en el establo de creadores mundiales, propuestas que abandonan la creación de letras por exploraciones gráficas y pictóricas diversas, siempre cargadas de un

---

<sup>126</sup> Se puede aprender mucho de observar los estilos de diferentes graffiteros, así como de las creaciones que imaginan o tiene proyectadas.

<sup>127</sup> Véase anexo 7.

estilo original de concebir el graffiti. En consecuencia, hoy es aceptado aquel grafitero que no sea buen escritor, mientras que demuestre ser buen artista, sin embargo en la Tijuana de los noventa del Siglo XX, éstos no tenían cabida dentro de la comunidad grafitera: El Shente trae a la memoria al Crims, que en 1992 se hizo famoso por pintar un mural contra las adicciones, utilizando únicamente botes de aerosol (lo cual fue innovador para su época y contexto), sin embargo éste no hubiese sido material para el H.E.M., porque en aquel momento sólo les interesaba hacer *tags* y *bombas*.

La originalidad de un grafitero es importante, aunque ello debe ir acompañado de un esfuerzo por hacerse visible. En la Nueva York de los ochenta del Siglo XX, Tracy 168 advertía: “*Style don't mean nothing if you don't get up. If people don't see your pieces, how are they gonna know if yo've got style*”<sup>128</sup>. La sentencia es igualmente cierta para la Tijuana actual, todos los grafiteros incluidos en esta investigación, tuvieron que demostrar su estilo en la calle, antes que se les reconociera entre la comunidad grafitera. Cuando se llega a éste nivel, la cantidad de firmas deja de ser la media en la que se es juzgado y se sustituye por la originalidad en los diseños.

### **Aproximación a los sujetos y las prácticas del graffiti en Tijuana**

Los hallazgos, evidencian que al menos se puede hablar de dos generaciones de grafitistas. La primer generación se identifica con el tagerismo y los sujetos que participan en dicho campo suelen cursar la educación básica, media y media superior (secundaria y preparatoria). La segunda generación está constituida por sujetos que han concluido alguno de los grados básicos de la educación, y que se identifica con el estilo de las letras y el desarrollo de habilidades para la expresión plástica, siendo el extremo de dicho desarrollo, la aparición de artistas del graffiti. A continuación, describen identificaciones particulares, que permiten estudiar la práctica simbólica del graffiti en trayectorias específicas, dentro de la geografía que se estudia. Los sujetos seleccionados se sitúan en el intersticio de las identificaciones juveniles del graffiti en Tijuana y nos permiten explorar el campo de la producción visual del graffiti desde diferentes posiciones.

---

<sup>128</sup> Castleman 1981, 20.

### **Descripción de Cash:**

Cash tiene 21 años, y es fundador de su propio *crew*: T.D.A. “Todos Demostrando Arte”. Sin embargo a los 14 años fue soldado dentro de otro *crew*: U.P.S. “*Usually Painting Streets* o Siempre Pintando Calles”. Como tagger Cash se dio a conocer en el entorno donde vivía, en Playas, La Herrera, La Alemán, La Villa, La Jardín y El Mirador. Sin embargo no fue de los escritores que buscaron alcanzar mayor notoriedad rayando ya sea en la Zona Centro o en Zona Río. Con sus palabras explica las razones: “Todos los que me iban a conocer en el Centro la mayoría eran de estos lados. Porque la gente de la 5 y 10, no va al Centro y los de la Mesa pocas veces van al centro. Yo siempre he dividido (la ciudad) de la 5 y 10 para allá, y del Centro hasta Playas. Entonces me enfoqué en eso y nomás le daba ahí. En realidad si tuvo su efecto enfocarme en las colonias”.<sup>129</sup>

En las áreas que el escritor describe como rango de acción, también hay subcentros terciarios, que funcionan como áreas nodales con conexiones a otras partes de la ciudad, y que, comparadas con el interior de las colonias, se caracterizan por un mayor tránsito peatonal y vehicular, y concentración de negocios de gran tamaño. Éstas áreas, son espacios diferenciados, donde hacer graffiti otorga reconocimiento, en la medida de que son frecuentados, visibles y custodiados por la policía. Un espacio con las características referidas es la glorieta dónde se encuentra la tienda Elektra en el Fraccionamiento Soler. A continuación Cash describe sus razones para rayar en ese sitio: “Yo lo agarré porque me gustaba porque es el centro de reunión de todos los transportes. Tu sabes que por ahí pasa el de Playas, todos los camiones que van a los ranchos allá arriba, ahí se juntan. Entonces pensé que todos me iban a conocer en ese spot. Pero yo siempre tuve una manera de rayar diferente, por ejemplo yo miraba que el Elektra estaba todo lleno, pero yo no quería llegar y poner otro tag más. Pues como no rayaba tan lejos, y como no iba al Centro porque me daba más miedo. Entonces lo que hacía eran cosas que los morros vieran y dijeran: ¡Hay güey este güey se la rifó! Me acuerdo que todos llegábamos a poner el tag en el Elektra lo más rápido que se podía porque te tronaba”.

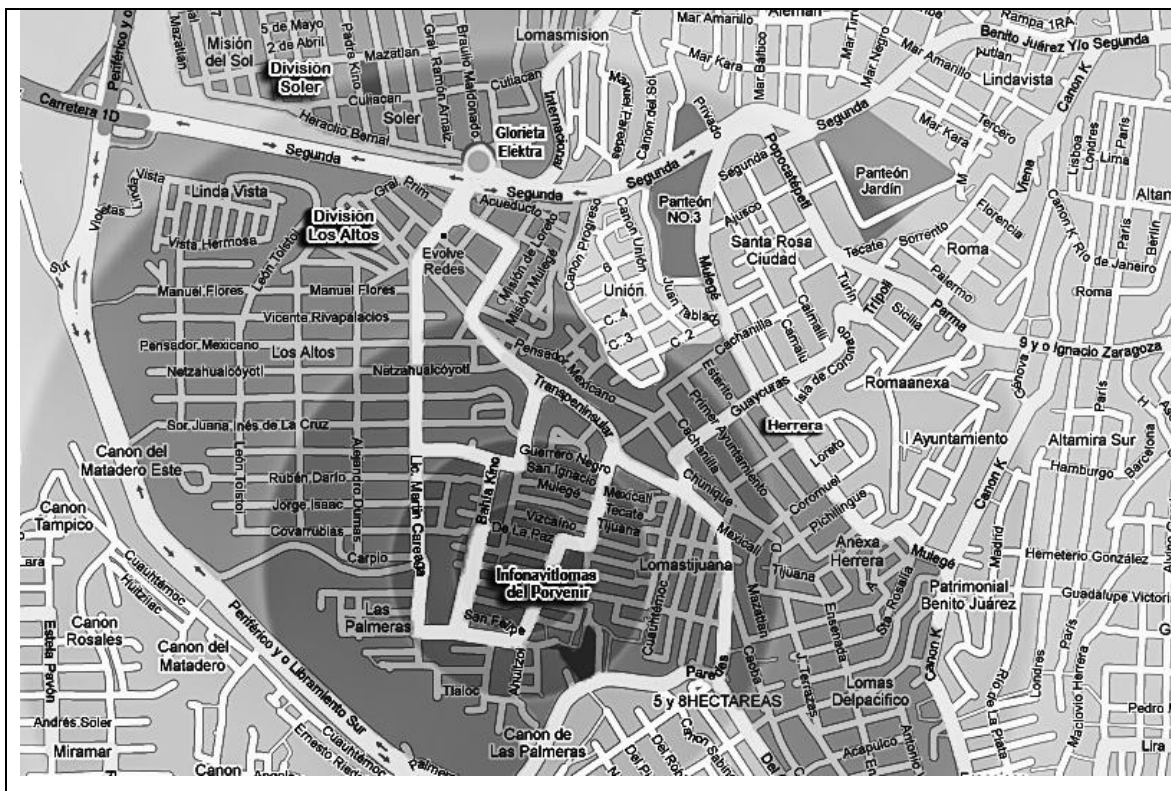
El área descrita, es una de las predilectas para hacer graffiti. Cash encontró razones de peso para seguir exponiéndose y rayar en las áreas nodales cerca de las colonias. A pesar de su preocupación por ser aprehendido, una vez se vio obligado a responder a un reto personal,

---

<sup>129</sup> Véase figura 6.2: mapa del área de influencia de Cash

descuidando las precauciones que puede tener un *tagger* al relizar sus tareas: salió más tarde de lo acostumbrado y sólo. Al llegar al Elektra, se dio cuenta que quienes lo habían retado ya habían estado ahí y en la misma noche: “Desde lejos miré y dije les tumbo la cura arriba, pero cuando llegué a la pared me di cuenta que estaba bien alta y que no iba a poder encimarlos, no alcanzaba. Entonces hice un doblecillo nomás para que me guacharan como que bien rifado. Puse Cash-T.D.A. Pero no me sentí conforme y dije ¿y esto qué?. Entonces agarré el bote y como lo traía nuevo, me fui haciendo signos de pesos. Yo traía esa idea desde hace mucho tiempo, quería poner de esquina a esquina puros signos de pesos. Para causar controversia y entonces fue lo que hice, fueron como unos 15 signos de pesos y el año 05 [sic]. Luego me fui rumbo a La Segunda, porque pensé que ya me había engranado y me iba ir para el Centro”.

**Figura 6.2: Mapa del área de influencia de Cash**



Fuente: elaboración propia con información del entrevistado y mapa google.

El entrevistado relató, haberse sentido nervioso desde antes de llegar al sitio en donde finalmente rayó; un amigo y vecino del lugar le había advertido que la zona estaba “caliente”, desde que horas antes habían rayado el Elektra. Para llegar al sitio, el escritor evitó usar el puente que conecta Los Altos con El Soler, mejor bajó por los cañones y cruzó la carretera, para regresarse iba a utilizar el mismo camino, sin embargo decidió continuar caminando hacia el Centro y en el trayecto aprendido:

Lo que hice es que me fui caminando en sentido contrario, los carros iban para arriba y volteaba para saber y miré una patrulla pero venía con las luces apagadas yo seguí caminando con el bote clavado y pensé: ¿lo tiro o me lo quedo? como no traía broncas y nadie me torció. Y en eso cuando iba atrás de mí, y me habla con esa madre por altavoz. Entonces, dije ¡no! y mejor empecé a correr como loquito; chin y me freno en seco, me regreso y me metí por el callejón, iba bien paniquiado estaba bien morillo y no fumaba ni nada y corrí en chinga, se baja uno y tiró tres cuetazos al aire y no en vez de pararme, corrí más y había dos carros parqueados, entonces ahí le agarré ventaja, porque yo me metí en breve, tiré todo: el bote, los tapones debajo de un carro, el placa no se dio cuenta de nada de eso. Me metí a una casa por la rampa de la Unión, era un picadero, me metí bien asustado (no había reja ni nada) me metí a un tambo azul que tenía agua, me mojé todos los pies (respiraba entrecortado) y en eso llegó un batillo que había mirado afuera, no sabía que él era el de la casa y (me dijo) no quiero broncas morro: ¡Salte! Haz el paro (le digo) y cuando estábamos discutiendo, se miró una lámpara en el patio y llegó el placa, me agarró y me sacó del tambo. ¡Pinche morro! Había como 5 patrullas afuera. ¡Bien panchero el rollo! ¿Qué nomás este pareja? (le preguntaron al policía) No, ahí si me pegaron en los bajitos, órale pinche morro saca los botes. ¿Por qué corriste?, no le digo, ya me han llevado de a barbas y no quiero ir a dormir ahí (...) Total que en caravana se fueron al Elektra y cuando llegaron a la glorieta otros güeyes que habían rayado, ahí estaban comiendo tacos, me guacharon y me dijeron ¿Qué pedo? Que culero fue que esos güeyes la libraron y yo iba torcido y nomás por cagazón. (Los policías) empezaron a tocar la pared, según para saber cuál había sido (el mío). A ver cuál estaba más fresca. Puras mentiras. Porque todos secan igual y pues me fui, salí en la pinche tele. Eso es lo que más vergüenza me dio.

Ser acusado como grafitero en los medios de comunicación tiene una valoración ambivalente entre los escritores de graffiti; hacia afuera frente a otros grupos sociales, manifiestan sentirse apenados, por ejemplo frente a padres de familia o autoridades escolares; sin embargo, frente al grupo de pares, el hecho otorga reconocimiento y prestigio, por más consecuencias que pueda acarrear en otros ámbitos de la identidad (como la escolar, familiar, laboral, etc.). A continuación Cash explica la valoración que dio al hecho: “Por un lado estaba contento, porque había salido en la tele, por la fama. Pero por otro lado también estaba con la cara de vergüenza. Porque conozco gente que a lo mejor miraban un futuro en mí, porque siempre fui bien estudioso, pero de repente me desvié y toda esa gente que conocía muchos ven las noticias”.

El encierro en El Centro para Menores Infractores (EL CEMI), suele disuadir a algunos escritores de graffiti, no obstante, el graffiti y los *crews* también están presentes al interior del CEMI. Lo cual es una ventaja, ya que, los grafiteros se agrupan para apoyarse (con recursos materiales) y defenderse de los demás menores infractores, sobre todo, de tumbadores y bajadores (ladrones), o de los celadores. Cash hace memoria: Me aventé como un mes y cinco días encerrado en EL CEMI. Hice un chingo de compas (...) Estuvo bien mamón porque me dijeron que el placazo (del Fraccionamiento Soler) salió en la tele, entonces muchos de ahí, estaban con que cayó un güey del U.P.S. Ahí estaba un güey que yo no lo conocía ni él a mí, pero como yo fui del U.P.S., me dice tu eres el Cash del U.P.S., simón le dije. Yo soy Duensk y él es Snawe. Además estaban unos compas de la Herrera como eres de la misma colonia, te unes con los de tu col [sic]. Pero en ese caso nos uníamos todos los grafiteros. También estaban unos morros del H.A.P. (*Homies Altamira Punks*).

En EL CEMI, algunos menores infractores iban por robo con violencia o asalto, violación, también por uso y posesión de drogas y otros más por hacer graffiti. En esta circunstancia, el entrevistado, encontró tiempo y maestros para mejorar sus habilidades en el graffiti: “Estando allá encerrado cada quién teníamos una biblia con la que queríamos salir porque teníamos placazos de todos los que estábamos ahí y de los que iban cayendo. Había dos tres que hacíamos dobles y piezas. Con ellos me enseñé a hacer mucha letra y a usar los lápices y a hacerle detallitos, firmas más aracles y todo eso. Esos morros estaban bien perros, me enseñaron a hacer el 3D a darle forma como cubo y todo eso, pero había una técnica bien

fácil que se miraba bien perra. Esos güeyes me enseñaron a hacer un montón de cosillas. Estuvo tripiado. A final de cuentas nadie salió con su biblia, porque nos las robaban”.

La trayectoria de Cash está marcada por sobresalir entre los grafiteros de su generación, por vía de desarrollar habilidades plásticas y un estilo particular, no obstante no está en condiciones de dejar por completo de rayar de manera clandestina, ya que su capital simbólico depende de él y no de su *crew*, puesto que prácticamente él es el único sobreviviente de un *crew* muy pequeño, que él mismo ayudó a fundar y que no se hizo de prestigio por vía de rayar profusa y clandestinamente la ciudad: “después del U.P.S. hicimos el *crew* T.D.A., éramos como unos 7 u 8, pero el problema fue que muchos no rayaban, porque andaban en otra cura, más *regae*: fumar *weed* y uno que otro acidito. Entonces el que lo hizo, de repente me dijo quédatelo. Me lo quedé y a final de cuentas yo siempre anduve solo, porque no me gustaba o ya no quería levantar a otros *crews* que ya estaban levantados o que tienen sus broncas y que uno anda ahí nomás de pegadillo. Yo cotorreo a mucha raza, pero no me gustaba brincarle para ni a uno ni al otro. Porque yo era U.P.S. pero cotorreaba con otros morros. Si había bronca entre ellos tienes que decidir entre uno u otros y a mí, lo que me gustaba era rayar y no andar con broncas. Ahorita no tengo a nadie en el *crew*, me gusta más estar solo”.

La situación que describe Cash, parece una respuesta ante la obligación de los tageristas para cerrar filas en torno al *crew*, lo que en ocasiones significa enfrentarse con otros jóvenes a golpes, llegada la situación no todos los integrantes de los *crews* son solidarios:

Una vez me pegaron con unos bastones de golf, eso fue lo más *hardcore* que me pasó. Porque era del U.P.S., y ellos eran de un *crew* del info [sic] que se llama I.C.E., y era como bien rival ahí el pedo, esos güeyes eran más viejos, y uno fue por otro que era el más malandro. Entonces llegaron bien locos y yo estaba ahí en el correo y estábamos el Reflex, yo, otro morro que le decían el Drek, ellos iban a tomar el taxi, eran las 4 de la mañana. Estábamos en un party, de XV años y hubo broncas entre los *crews* y yo me fui. Y cuando ellos iban a agarrar el taxi, llegan esos dos güeyes y preguntaron: ¿Quiénes son del U.P.S.? Aquellos güeyes pegaron fuga bien machín. Yo volteo y me quedo desconcertado y luego ¡Pum! ¡Pum! Me pegaron a un ladito del hueso, no me duele pero cuando hace frío sí, o hay veces que de repente sí me cala. Me pegaron ahí y en eso me doblé y me tiró al piso, ahí me dieron palazos

y patadas. Me pegó entre los huevos, como cuando te pegas en un resbaladero, pero no me dolió mucho, pero en la espalda sí, sentía que no podía respirar por el golpe. Total que me hicieron el paro unos rucos que estaban pistiando afuera. Los del I.C.E. dijeron: “es que el morro anda rayando aquí ya le dijimos que no”. Lo primero que pensé fue: Ya no voy a rayar. Es lo primerito que me pasó por la mente. Iba en la secundaria.

A su vez ocultó el incidente frente a su madre: “me dio vergüenza decirle por lo que me iba a decir: te dije lo que te iba a pasar y menos me iba a dejar andar en la calle. Me acuerdo que me decía me ayudas a levantar la ropa y lo hacía con mucho esfuerzo, lo mismo para levantarme de la cama, tenía que rodar y caer en el piso. Iba en la secundaria, (los del *crew*) me dijeron hay que ir a madrearlos, pero a mí tampoco me gustó tomar venganza. ¿Para qué seguirle?”

En las agrupaciones juveniles de *taggers*, los que mayor capital simbólico amasan, son sus líderes, y éste es producto tanto de su prestigio y trayectoria individual, como de las acciones de sus subordinados, por lo que frente a la *realpolitik* de las agregaciones juveniles *en crews*, Cash se posiciona de la siguiente manera: “Prefiero que me digan tú eres del T.D.A. tu eres el Cash, en vez de que me digan, como cuando estaba en otro *crew* donde siempre hay un güey arriba, tú eres del U.P.S., el del Skip”. A la distancia, tras haber sido expulsado del U.P.S., Cash, cree haber avanzado en la dirección correcta, e ironiza sobre su antiguo *crew*: “algunos decían que U.P.S. significaba “Unidos Por Siempre” (ja, ja, ja), el *crew* ya se deshizo, los buenos de la *movie* se abrieron. El Krimen, se fue para el otro lado, el Skip ahí anda, creo que se casó. Pero ya ni pegan nada. Siento que para ellos fue solo fue una cura para un rato. Yo no lo siento así, siento que (el graffiti) es un estilo de vida, no lo veo ni como malo, por ejemplo pegar un *tag*. No lo veo como que estoy dañándoles algo, (aunque en) una casa si lo veo como que estoy dañando a alguien. Un negocio no, porque ellos tienen feria. Siempre trato de checar al que tiene feria. Como (rayar) un telefonito me gusta, porque nosotros les damos jale a la raza que anda limpiando los teléfonos, si no fuera por nosotros, no tuvieran jale”.

## Descripción de Nube

Nube tiene 21 años, su familia es de Chiapas, pero llegó a Tijuana a los 6 años, ella dice que prácticamente creció aquí. Platica que, cuando iba en la secundaria miraba *tags* por todos lados pero lo que llamó más su atención fue lo que en el slang grafitero se llama la pieza. Lo supo después, porque en su momento “no entendía nada pero sabía que era graffiti”. Posteriormente, en la preparatoria inició en un *crew* que se llama I.E., ella puntualiza que la relación con su primer *crew* se dio de la siguiente manera: “Ellos me acoplaron pero yo tenía otra placa me decían Misma (...) entonces ahí era cómo un poco famosa por decirlo así porque en todos lados estaba Misma, Misma y como mi exnovio salía a pintar también me acoplaba ahí fue cuando me interesó esto y pinté hasta 5 años después”.

Por otro lado, Nube siempre gustó del dibujo y la pintura y también trabajó en una maquiladora. Ahora estudia comunicación y previo a hacer graffiti, estuvo en talleres de arte y fotografía en la universidad; situación que la llevó a conocer a grafiteros que cultivan el estilo, mientras ellos hacían una producción: “Antes de empezar a hacer graffiti me invitaron a un *crew* pero yo nunca había hecho nada, y un día fuí a tomar fotografías a una producción y ahí había pintores de varios *crews* entonces ahí los conocí”.

Nube lleva 10 meses haciendo graffiti y se ha abierto paso entre los grafiteros que realizan producciones, sobre todo a través del apoyo que le han brindado otros escritores, por lo que reflexiona: “pienso que no hay una escuela la que te enseña cómo hacerlo pero sí hay gente que te da el apoyo para poder hacerlo a mí me dijeron ahí están las latas y yo llevaba un boceto lo empecé a trazar lo empecé a pintar eso fue mi primer aprendizaje de ahí me desarrollé”. Ella cree que la habilidad más importante en el graffiti es la creatividad: “es lo que le da vida al graffiti, todo lo demás se puede ir aprendiendo conforme a la práctica la creatividad es lo principal para mí”.

Ella ha visto que el graffiti que hacen mujeres en Ciudad de México, es tan bueno o mejor que el que hacen los hombres. En todo caso, “la única diferencia es que lo hace una mujer o que lo hace un hombre, pero nada más”. En relación a su estilo, comparado con otros grafiteros (hombres), dice: “es extraño, pero la mayoría de las personas con las que pinto, hacen piezas muy complicadas, no es *wildstyle*, pero es como de ése tipo, entonces mi graffiti siempre ha sido sencillo. Los trazos son bien sencillos y yo creo que se da a notar, pero no es algo que yo quiera, sino simplemente así sucede”. Esta cualidad es compartida con otras

escritoras de graffiti: “La mayoría de las chicas tienen una letra distinta a la de los hombres. Las chicas utilizan letras más redondeadas. Es algo que ya se ve en la escuela. Estos antecedentes hacen que muchas escritoras utilicen letras redondas cuando empiezan. Las chicas también suelen utilizar personajes con formas redondeadas, como mariposas, corazones y ojos grandes. ¡Todo muy mono!”<sup>130</sup>

**Figura 6.3** Letras de Nube con mensaje “*Bomb the city*”, N.G.B. crew y acople con Spel.



Fotografía de Nube

Ahora Nube, pertenece a otro *crew*, N.G.B. (*New Graffiti Bombers*), sin embargo, tuvo su primer contacto con él a través de *myspace*; su inserción no fue como la de un soldado regular, por el contrario la invitación se dio en medio de una circunstancia especial, la persona con la que se relacionaba por internet tuvo un accidente de tránsito mientras salía a hacer graffiti, tres de sus acompañantes murieron, por lo que el incidente marcó la vida del *crew*. Ella se acercó a Nekre en ese momento: “yo lo fui a ver al hospital porque yo no lo conocía en persona y ya que se recuperó y todo él me invitó al *crew* después tuvimos una pequeña reunión para darme a conocer a los demás integrantes y así fue cómo conocí a mi *crew* no fue que yo andaba en la calle fue en *myspace*”. También sus habilidades plásticas, jugaron un papel importante en dicha invitación: “ellos miraron mis dibujos y dijeron dibujas bien y todo y te invitamos a nuestro *crew*”.

<sup>130</sup> La escritora Mickey en Ganz 2006, p.17 y 84-85.

Dentro de su *crew*, Nube cuenta con una red social, sin la cual sería muy difícil desarrollarse dentro de la cultura del graffiti; para ella los N.G.B.: “son como unos hermanos o algo así porque a veces he tenido cómo problemas y ellos me han ayudado e igual y ellos han tenido problemas nos ayudamos mutuamente para mí tiene mucho significado porque ellos me han ayudado mucho, no solamente en problemas personales sino también en el graffiti me han dado consejos, técnicas, para mí es como importante tener un *crew*.” La sentencia anterior se refuerza con el siguiente comentario: “ellos me decían es que tú no ocupas un *crew* para pintar tú puedes pintar sin ningún *crew* pero yo les decía necesito el apoyo de alguien que alguien me diga así se hace o no sé, vamos a pintar”. No obstante, ella mantiene una distancia segura con el *crew* en cuanto al establecimiento de favores, en particular con el sistema de “acoples”, por lo que manifiesta: “yo nunca acoplo a nadie de hecho lo hacen para que yo los acople porque yo nunca acoplo a nadie más que a Néstor es al único que acoplo”.

El *crew*, al que pertenece es de nivel intermedio, o está buscando posicionarse de otra manera; ya no hace listas: “pintan bombas o piezas sencillas, pero *tags* no”. Ella entiende que prácticamente todo grafitero empieza por hacer *tags*, aunque ella se saltó esa fase y se fue directamente a las piezas. Sin embargo para su *crew*: “las bombas no es algo que se deje de hacer están ahí pero no se hacen tan seguido como las piezas”. En comparación con las piezas, las bombas son consideradas, por la comunidad de grafiteros, como una forma ilegal de hacer graffiti, no obstante, ella tiene razones de peso para no involucrarse en esa actividad: “lo que pasa es que me da un poco de miedo tener problemas con la policía, es lo último que quiero porque quiero seguir en esto y eso te marca de alguna forma, el antigraffiti sabe quiénes están haciendo ilegal cuándo lo estás haciendo legal, se dan cuenta quién eres y no quiero tener ese tipo de problemas, que me nieguen la oportunidad de seguir pintando”.

A pesar de que no practica el graffiti ilegal, ha tenido experiencias desagradables con la policía: “iba por el puente de la 5 y 10 con un amigo y lo que pasa es que él traía una lata y firmó el puente entonces nosotros pasamos por el puente y el policía no se dio cuenta, hasta que una persona fue y le dijo, entonces íbamos caminando y (el policía) agarró a mi amigo lo esposó y se lo llevó y se llevó mi bolsa porque ahí venía la lata yo estaba asustada porque acababa de comprar mi cámara y traía otra cámara digital, mi celular, mi mp4, traía todo en mi cartera y no me dejo sacar nada, (la dejaron sin dinero y a su amigo) se lo llevaron y ahí

estuvo cómo un día hasta que lo fueron a sacar”. Sus pertenencias quedaron en custodia de la policía y no había intención de regresarlas, fue a través de otro policía que se las devolvieron y su amigo le comentó qué: “los policías se estaban repartiendo, las cosas no que tú te vas a quedar con la cámara, y yo con la otra cámara (...)”.

Ésa es la experiencia más cercana al encierro, y comenta que no quisiera estar en esa situación. No obstante, varias personas le han dicho que hacer ilegales se siente muy bien, una especie de adrenalina en la que: “sabes que estás en un peligro pero lo quieres hacer”. Sin embargo, también le dicen que no lo podrá entender hasta que ella misma lo haga. Sólo conoce la experiencia de hacer graffiti ilegal a través de pláticas. También tuvo unas amigas que salían a hacer graffiti ilegal. Por ejemplo Nebsy, salía con su esposo, que también es grafitero a pintar a los trenes en E.U., él se dedicaba a cuidarla mientras ella pintaba. También, su amiga Anita que hacía tags en calle salió con los chicos de su *crew* a hacer bombas, le platicó que: “ellos ya habían terminado (sus letras) y ella apenas iban en la primera letra y le decían ¡apúrale, apúrale! Al ver la bomba de Anita, le pareció que estaba bien hecha.

Nube no hace graffiti ilegal, salvo cuando pone su firma en los transportes urbanos, y se sitúa dentro de las formas legales de hacer graffiti, de la siguiente manera: “para mí cualquier forma de expresión puede ser legal siempre y cuándo me den la oportunidad de pintar”. Nunca ha tenido la oportunidad de pintar en una galería, aunque los centros culturales son de sus lugares predilectos. Sin embargo, si se diera la ocasión, y si le dan la libertad de pintar lo que ella quiera, seguramente pintaría letras: “y si puedo y tengo más tiempo letras, una mujer y una pieza de letras”. De cualquier manera manifiesta que: “no importa el lugar (donde pinte) con tal de que me dejen expresarme y hacer lo que yo quiero”. Explica que hay lugares muy serios que imponen los temas sobre los escritores. Por ejemplo, una vez la invitaron a pintar en una escuela y los encargados querían que hiciera un mural contra las adicciones, pero como ellos no le iban a ayudar con los gastos prefirió no hacerlo. En general los escritores aceptan que les cedan una barda, siempre y cuando no les impongan un tema o las ideas a plasmar. Sin embargo, en el caso de que una persona está interesada en que se le pinte un tema, entonces los escritores establecen una relación de venta de servicios, donde al menos el interesado deberá proveer la pintura.

## Ser un integrante femenino en una cultura dominada por los hombres

Nube se posiciona lejos de las prácticas ilegales del graffiti y a diferencia de la mayoría de los grafiteros, ella no militó como tagger en los *crews*, por el contrario ella se ha hecho de prestigio a través de cultivar habilidades plásticas y la creación de piezas con su estilo particular. Correspondiendo con la segunda generación de grafiteros en Tijuana, en la cual no es mal visto que un escritor no haga calle, mientras tenga un buen estilo. Sobre ello, McDonald (2006, 13), opina que el mundo del graffiti está cambiando y están apareciendo nuevos ámbitos de participación fuera del núcleo duro del graffiti. Dicha situación se constata al comparar como es vista Nube, en contraste con las grafiteras de la década antepasada: “En los noventa si había H.E.M. de mujeres, eran las H.E.M.Q. (*Queens*)<sup>131</sup> y nosotros los H.E.M.K. (*Kings*). La Deseo era la líder, esa chava era una líder nata, se parecía a Cindy Crawford.<sup>132</sup> Si las veías, no te imaginas que chavas con falditas se iban a subir a un edificio. Ahí andaban con las piernas llenas de moretes. Esas chavas si estaban bien puestas, igual que un bato, hasta se peleaban físicamente con los hombres, con puño cerrado, no con cachetadas”.<sup>133</sup>

Según McDonald (2006,12) las mujeres tienen que esforzarse durísimo para sobresalir y ser reconocidas en un universo masculinizado. O dicho de otra manera: “las mujeres son los integrantes femeninos de una cultura dominada por hombres”.<sup>134</sup> Esto explica porqué las mujeres que participaron en las prácticas del *tagging* de los noventa, en Tijuana, tuvieron que competir bajo las mismas reglas que los hombres. Correspondientemente en la memoria del grupo son construidas con características socioculturales atribuidos a lo masculino. Además que, para los hombres lo sobresaliente fue que las mujeres pusieron en práctica conductas que no corresponden a las características tradicionales de lo femenino.

Según McDonald (2006,12) y varias veteranas del graffiti, la notoriedad instantánea que adquiere una mujer que se desarrolla en un campo dominado por los hombres, es una desventaja, ya que el sexo es el aspecto que más recibe atención, y tanto su obra como su persona, corre el riesgo de ser reducida. En opinión de Swoon: “creo que contemplar

---

<sup>131</sup> Las Reynas, del H.E.M., eran Deseo, Flor, Fasta, Chuky, Dueña y Unika.

<sup>132</sup> Supermodelo estadounidense que dominó la pasarela en los noventa del Siglo XX.

<sup>133</sup> Entrevista con Shente.

<sup>134</sup> *Íbid.*

constantemente la obra de un artista, o de cualquier persona desde la perspectiva del género o de la raza es una limitación que puede llevar a los estereotipos”.<sup>135</sup>

Por un lado, las mujeres pioneras en el graffiti, tuvieron que mostrar su desempeño en la práctica clandestina, levantándose por méritos propios, y rechazando la ayuda de los hombres —entendida como una estrategia de la dominación masculina— En otras palabras, aceptar favores de los hombres, funcionaba negativamente en el capital simbólico de las mujeres, al ser sus logros atribuidos al apoyo recibido de parte de los hombres (McDonal 2006,12). De modo que, para evitar que sus piezas se atribuyeran a alguien más (entiéndase un hombre), Lady Pink tuvo que salir varias veces con diferentes *crews* para demostrar sus aptitudes

En contraste, Nube, llegó a la escena del graffiti en un momento en que las culturas juveniles del graffiti aceptan que un integrante no sea buen escritor, mientras que demuestre ser buen artista, en correspondencia defiende que lo más importante en el graffiti es la creatividad Sin embargo, Nube se encuentra en una posición parecida a la de Cashs su prestigio depende de ella y no necesariamente de su pertenencia al *crew*. Pero ello tiene que sostener su posición cuidándose de no aceptar favores, como los acoples.

Frente a los grafiteros Nube es una integrante sobresaliente a la cual hay que proteger. Posición que ella acepta, quizá de manera pragmática. Dicha actitud, no la afecta, de la misma manera que afectó a las grafiteras de la primera generación, sobre todo porque su prestigio no depende de la actividad clandestina. Además, a diferencia de las primeras grafiteras, Nube no está obligada a actuar como hombre.

Por otro lado, Nube, reconoce los valores de la cultura del graffiti y prioriza la pertenencia a un *crew*, y la red social de acompañamiento y asistencia. Además es muy respetuosa de los espacios de interacción de otros *crews* y sus jeraquías. Lo cual demuestra su conocimiento de la cultura, a la cual ingresa de manera desventajosa, puesto que en el graffiti sigue dominando el liderazgo masculino, a través del cual, los grafiteros ocupan posiciones diferenciadas según su trayectoria, actitud iconoclasta y el tipo de graffiti que practican.

---

<sup>135</sup> En Ganz (2006, 9)

## Descripción de Serie

Serie, tiene 19 años y vive en la Zona Centro, forma parte del *crew* C.H.R. que significa “Chile *Rage*” o “Chingando Recio”. Dicho *crew* lo fundó Froy, quién militó en el H.E.M. cuando este *crew* comenzó a reorganizarse con un énfasis en la creación de piezas y murales, a principios del Siglo XXI. Entre los creadores de la generación de Froy, están Mode, Shekz y Ezho. Éstos se caracterizan por no haber sido parte de la escena tagerista de los noventa del Siglo XX, sin embargo lograron fundar nuevos *crews*, que combinan, tanto el desarrollo de estilo en las letras, como la creación de caracteres en murales. En particular C.H.R. se caracteriza por hacer tanto graffiti ilegal, sobre todo bombas —con el logotipo del *crew*, un chile rojo ó el acrónimo C.H.R. con forma de chile —, y graffiti legal, a través de piezas con alto valor estético.

Los contemporáneos de Serie son una generación subsecuente a la descrita, la cual se formó en el graffiti tagerista de Tijuana durante la primera década del siglo en curso. Así mismo su generación, reivindica los orígenes del grafitismo como una escritura clandestina. Por lo que él y otros creadores compiten por hacerse visibles en el paisaje urbano de Tijuana a través de la creación de bombas y dobles; habiendo organizado una auténtica guerra de estilos al estilo neoyorkino; situando la mayoría de sus creaciones al margen de lo legal.

Serie terminó la prepa y está buscando ingreso en una universidad privada, piensa estudiar algo relacionado con la expresión visual, quizá diseño gráfico, su limitante son los recursos económicos. En lo que logra ése objetivo, continúa haciendo graffiti, es posible que en la universidad tenga menos tiempo para dedicar a ello, sin embargo, como se vio en el caso anterior, la universidad también trae oportunidades para desarrollarse en la cultura del graffiti.

Serie comenzó poniendo listas y tomando fotos de ellas, pero después de un tiempo, pensó: “solamente estoy gastando en pintura y en revelado”. Sobre el graffiti clandestino, opina que muchos dicen sentir adrenalina al realizarlo, él más bien, piensa en el día siguiente, cuando la gente pasa y ve su “doble” en la calle. Eso hace que se sienta bien consigo mismo. Por ello, lo suyo son los dobles, que para él son el graffiti bien logrado, aunque todavía no están en el nivel de las piezas. Serie se concentra en el detalle y la precisión, a diferencia de las bombas, que se realizan a la carrera y de manera clandestina. Sale a rayar en equipo: “Si te fijas, Emek y Serie siempre se ven juntos”. Su compañero

Emek hace bombas que son fáciles de identificar, pues siempre son iguales. En cambio a Serie, no le gusta repetirse, él hace cosas diferentes para sorprender a los demás y poner a prueba lo que es capaz de hacer.

Para realizar sus doubles lleva al menos 9 botes de aerosol en la mochila y utiliza entre 6 o 7 colores. Recientemente en Zona Río, ambos hicieron un trabajo gráfico bastante riesgoso, ya que se trata del sitio más vigilado de Tijuana. Cada uno hizo un doble de 1.5 m. x 3 m. Serie incluyó un mensaje dirigido a otros grafiteros —cuya frase tomó de una canción del Cartel de Santa: “Déjate caer, si tú crees ke traes con ké”.<sup>136</sup> En menos de dos meses, Nutse, Paper y Daims, llenaron la pared, respondiendo al reto.

Lo que ellos hacen es considerado como graffiti ilegal y asegura que hay tantos trámites para conseguir una pared que se vuelve mejor hacerlo así. Reconoce que a veces se ha excedido, como cuando hizo bombas en el Ministerio Público o cuando tomó el riesgo de hacer una pared en el Murúa, porque se miraba bien desde el puente. Sin embargo opina que el tipo de graffiti que le va a hacer bien a Tijuana, es parecido a lo que sucedió con los murales del Calle Sexta, es decir, espacios en dónde ellos puedan expresar su arte.

**Figura 6.4:** Letras de Serie con mensaje “Déjate caer, si tú crees ke traes con ké”, C.H.R. crew



Fotografía Propia durante trabajo de campo

<sup>136</sup> Véase figura 6.4.

## **El Mural del Siglo XXI**

El 20 de noviembre de 2009, fue invitado a pintar una barda al *Swap Meet* Siglo XXI. Al encuentro, acudieron alrededor de 10 grafiteros. Se trataba de una barda con permiso, y aunque él no se concentra en el graffiti legal, al menos se exige calidad de sí mismo y por ello se junta con grafiteros que pintan con permiso: “hay mucho que aprenderles, por ejemplo Shekz hace trazos pequeñísimo y giros muy limpios”. Sin embargo, aquel día llegó el Antigraffiti y decidió mejor, disculpase y abandonar el lugar, ya que anteriormente había tenido malas experiencias con el policía:

“Una vez (el antigraffiti) me pintó las manos y me echó la culpa de un graffiti. Me llevó con el juez y me presentó como si me hubiera agarrado en el acto, querían 11,000 pesos para que saliera (3,000 pesos por daño en propiedad y 8,000 pesos por mala conducta) y lo peor es que me hicieron que rayara en una hoja mi nombre, pero no puse el verdadero, aunque tuve que poner algo creíble, de lo contrario, no pega. Esa vez conseguí un radio dentro del ministerio y me comuniqué con mis familiares. Pero la verdad es que el dueño del lugar, dijo que el graffiti por el que me acusaban era como del 2006, además era de color azul y a mí me habían pintado las manos de color rojo. Así conocí a Pastor. La vez del Siglo XXI, llegó en un carro de civil, se paró y llamó por radio; al momento llegaron más de 6 patrullas. El Mode tenía permiso de EL IMAC. Sin embargo Pastor ha detenido a varios con todo y permiso”.

En los últimos meses Serie ha estado bocetando, sin salir a la calle a hacer graffiti, sobre ello comparte una reflexión: “cuando tienes experiencia en esto, te das cuenta de que no importa si chacaleas [sic] todo un año. Lo importante es mantenerte y no ser olvidado. Serie he dejado el graffiti por temporadas —a veces 1 año, a veces 8 meses— y luego de la nada regresa. Lo que nunca ha dejado de hacer es bocetar. Este año quiero poner caracteres a sus dobles. Piensa que todo es por etapa y explicó que el graffiti es similar a la cultura laboral: “siempre hay competencia, muchos dicen que uno lo hace por lo que digan los demás y en parte sí. Los demás son los que te dan el reconocimiento”, continúa con frases de constancia y perseverancia.

Opina que los eventos masivos de graffiti abren puertas a otras experiencias—como *The Wall of Fame*, en San Diego y *El Graffcom*, en Mexicali —, en esos lugares se conocen

a las leyendas del graffiti (los grafiteros que tienen más experiencia). Así conoció a Shente del H.E.M. Para él este crew significa calidad. Piensa que las creaciones de Shente son similares a las que ellos hacen, es decir, letras, la diferencia es la pintura y la experiencia. “Si te fijas casi todas nuestras bombas tienen el mismo color. La pintura la compramos a \$15 pesos, marca Rustoleum o Krylon”. El Shente pinta con Montana, de \$6 dólares la lata”. Cuenta que en Mexicali le dicen “tijuанeros” a los trepes: “éso es algo de aquí, la letra de molde pero de lado” En los trepes la lista que está más abajo gana la batalla. A veces se detienen con un pie, otras lo hacen con calzón de bungee, otras más con cuerdas. En este sentido los trepes de Kefer y el Lasek marcaron una pauta en la ciudad .<sup>137</sup>

Los grafiteros que hacen trepes generalmente tienen un plan, pero a veces sale mal. Relata que una vez Trago subió a rayar en el edificio donde está el Bar Terrazas (En Zona Centro), utilizando un tubo pegado al edificio. Dicen que él es muy ágil, pero no Reir quién lo acompañó. Al subir, casi llegando a la cornisa se rompió el tubo, Trago alcanzó a detener a Reir antes de que cayera. No tenían manera de bajarse, así que urdieron bajar chocando el cuerpo contra los edificios para evitar la caída en vertical.<sup>138</sup>

**Figura 6.5: Detalle Trepе Trago, Reir y acoples**



Fuente: Fotografía Propia durante trabajo de campo.

<sup>137</sup> Véase anexo 8.

<sup>138</sup> Véase figura 6.5

Lo ilegal vale la pena por las experiencias, Serie recuerda que cuando tenía 16 años, salía con Error, Deser, Neick, Masek, Gentek a rayar y recorría la ciudad por el canal: “Nos llevábamos comida china, cheetos, pizzas, galletas, en ese tiempo no pisteábamos [sic]. Cuando nos correteaban nos brincaban del otro lado del canal, a partir de ahí los polis ya no te siguen. Otra estrategia es llevarse un balón de futbol para disimularla. Una noche nos quedamos sin hacer nada desde las 10 p.m. hasta las 4 p.m. ¡Nos dábamos unas amanecidas!”

A Serie lo han aprehendido 4 o 5 veces. Nunca ha estado en la penitenciaría, únicamente en el tutelar de menores por 15 días. Pagó fianzas de 1,500 pesos y 6,000 pesos en EL MP. En otra ocasión, le impusieron una fianza de 9,000 pesos, pero el juez la bajó a 4,000 pesos; luego lo mandó al tutelar de menores, y después de una semana salió con 2,000 pesos; “una vez me llevaron por tomarle la foto a un doble, otra vez porque recogí un bote de la calle”. En otra ocasión, el apañón fue más espectacular, saliendo de una quinceañera, él y unos amigos rayaron un tubo que sostenía el anuncio de una plaza comercial. Un policía auxiliar los reportó (...) por lo que llegó la patrulla sin que se dieran cuenta. Salieron corriendo y los policías dispararon al aire; aquellos corrieron más y cuando iban llegando a la esquina, vieron la patrulla entrar en sentido contrario, en ese momento los agarraron: “un placa gordo me tacleó y caí al piso, estaba bofeado [sic] y le vomité la bota, el poli se molestó y para someterme se sentó sobre mí, hasta ponerme la bota en la cabeza”. Después fueron golpeados y debido a que no podían presentarlos así ante EL MP. Les exigieron una mordida, juntaros 350 pesos entre todos y de cualquier manera fueron acusados de orinar en la vía pública.

En otra ocasión en la 5 y 10, acompañado de Buho, subió al techo de una papelería a delinear un doble. Una patrulla que andaba por el área, se dio cuenta y los esperó abajo: “nos bolsearon, no traíamos dinero, sólo \$20 dólares guardados en el calcetín. Quisieron acusar al Buho de ser el Trago, pero yo les dije que le vieran la boca, la policía sabe que el Trago tiene 2 pecas en la boca.” Luego con Froy y Erfó y también los agarraron infraganti: ¡Arrodíllense! Les exigieron con pistola en mano; Froy no quiso arrodillarse y aguantó 3 patadas. A la vuelta había un graffiti del Trago, los policías insistieron en que ellos habían hecho el placazo. Erfó habló y les dijo: “él no es el Trago, es el Froy, del C.H.R., él hace murales (lo cuál también fue incriminatorio); Por otra parte, los policías insistieron en que Serie era Kamel del H.E.M. Finalmente les preguntaron: ¿Cuánto van a juntar?”

En su opinión el tagging viene acompañado de muchas oportunidades, sobre todo de orden social (conocer mucha gente, chicas, trato preferencial y ser invitado a fiestas). Dice no arrepentirse de haber hecho *tags*, sobre todo por las vivencias que tuvo. Aunque le hubiera gustado darse cuenta antes de que también puedes perder el tiempo: “Muchos niños quieren hacer graffiti. Yo no los apoyo, pero tampoco los desaliento. Cada día deja de rayar un grafitero, y sin embargo, por cada uno hay 5 morros en la secundaria que van a hacer graffiti. Yo sé que está mal. Algunos morros me piden que les haga el paro para pintar en la Zona Centro, ellos me dicen, ¡ése es mi sueño!”

Las creaciones de Serie se sitúan en el intersticio entre la legalidad e ilegalidad de la escritura del graffiti. Él pertenece a una generación en dicho intersticio, cuyo prestigio se sustenta en las creaciones hechas de manera clandestina en la calle. Sus contemporáneos son adultos que pueden dejar el juego en cualquier momento, aunque también pudiesen convertir su capital simbólico plegándose a la práctica del graffiti como arte: “En los noventas fue la época del H.E.M.. Ahora la élite del graffiti ya no está definida por *crews*, sino por los nombres que ves en la calles. pienso que con los dobles, nosotros le dimos un nuevo giro al graffiti. Error, Neick, Sked, Emek están haciendo un nuevo colectivo, ellos dicen que no es un *crew*, sino un nuevo concepto que identifica al graffiti de Tijuana; La verdad es que es lo mismo, pero lo disfrazaron. Yo me ubico en otro lugar. ¿Cuánto tiempo más puedo hacer ilegales? Si acaso 2 años más. Lo ilegal tiene que terminar tarde o temprano, porque empiezan a haber otras prioridades: novia, trabajo, hijos, dinero. Ya no puedes arriesgarte. Antes no tenía nada que me amarrara. Creo que lo legal me da más posibilidad es. Si pinto legal puedo perdurar en esto hasta que llegue a los treinta. Pienso que lo legal me favorece, con que salgas una vez al mes a hacer dobles está bien”.

### **Descripción Shente y Spel:**

Shente tiene 35 años, y estudia artes plásticas, está en primer semestre y tiene una carrera trunca en comunicación. Por la tarde trabaja en un call center, y por la noche avanza en sus asignaturas escolares. Comparte un estudio con Spel de 22 años, que estudió diseño gráfico y trabaja como ilustrador en una editorial. Shente es veterano del graffiti en Tijuana, es de la generación de los noventas y una de las figuras importantes del H.E.M. (los pionero fueron Pisto, Nest, Horse, Dimes, y luego entraron al crew, Sueño, Kenos, Kamel, Shente, Fast,

Kafye, W.O.W., etc). Spel es de la segunda generación del H.E.M. y es uno de los mejores dibujantes de caracteres, su más reciente producción es un mural de 10 metros de altura por 4 de ancho, con la efigie de Julieta Venegas en la calle Sexta entre Revolución y Constitución. Las especialidades gráficas de ambos son muy distintas, Shente es hábil con las letras, tanto en las firmas como en las piezas; su estilo “old school” ha sido cultivado a través los años, en innumerables bardas y libretas, así mismo, su reputación como escritor es legendaria, tanto por su permanencia y liderazgo en el crew, como por las hazañas del pasado que se refrendan en el presente. Por el contrario, Spel es un nuevo integrante dentro del crew H.E.M. y representa una segunda ola. Aunque militó como tagger en otro crews (C.H.R.), su habilidad plástica le ha abierto las puertas a las grandes ligas del graffiti.

**Figura 6.6: Treppe Trago - Reir enseguida de mural de Spel en calle Sexta**



Fotografía Propia durante trabajo de campo

Spel, comenzó a hacer tags en las inmediaciones de la casa familiar, en el fraccionamiento Buenos Aires, con la intención darse a conocer, en el barrio y en el mundo del graffiti, él como otro grafitero aspirante, sabía que quiénes miraran su trabajo iban a percatarse que él estaba activo, con el tiempo, comenzó a salir a los bulevares a bombear, sin embargo llegó el día en que necesitó hacer otro tipo de creaciones, y con una meta clara de ir progresando dentro de la cultura del graffiti, comenzó a buscar otro tipo de espacios: Yo siempre he dicho qué todo lo subes por escalones, y a mí me tocó muchos compas que igual

cuando rayamos, nada más era: hey vamos a bombear, o hacer letras dobles, o lo que sea, y no querían salir del hoyo, querían seguir en lo mismo; y al menos, una de mis ideas era salir del hoyo y jalar a quién más puedas (...);Hey vamos a pintar monos ahora! ¿Qué onda? Jalarlos y los que no brincaban, pues ya hasta ahí se quedaban. Creo que sientes (tener) una misión muy importante de salir adelante adentro (del graffiti), o sea, no quedarte estancado en algo, sino tratar de buscar siempre tener una meta que sea más arriba de lo que sea que estés haciendo.

Conjunto a la maduración en la expresión gráfica, Spel pasó de seleccionar avenidas transitadas para hacer sus creaciones, a buscar paredes seleccionadas por sus cualidades estéticas: Cuándo primero empecé a pintar me iba a los lugares más visibles era por puntos estratégicos, (pensaba) si pinto aquí lo va a ver todo el mundo y ahorita me voy más por la barda, no me importa si está bien escondida o lo que sea, pero sí es una barda que me gusta, por ejemplo, pintar bardas que tengan historia, que estén desgastadas, que tengan erosión, que estén rayadas y me gusta trabajar sobre eso, no borrar la barda sino añadir algo a la historia que ya tiene esa barda, porque creo que lo que es el *tag* y todo eso, también de alguna forma cuenta algo, es otro medio de expresión, algo un poco más egocéntrico, pero igual está ahí, están *tags* del 93 o del 92, está bien curada combinar tu jale que es algo más nuevo con ese jale que ya tiene años ahí y haces que la gente recuerde eso, o los mismos batos que lo pintaron pasan y dicen ¡oh watcha todavía está mi tag ahí! no lo borraron creo que es un respeto a la barda.

La actitud descrita, es contraria a la práctica de los grafiteros, de buscar “puntos estratégicos” para hacerse visibles. Sin embargo, los sitios que Spel selecciona, está presente el trabajo de los graffitistas que le precedieron, por lo que parece una manera de vincularse a la práctica del graffiti. De cualquier manera, dado que Spel es un creador que se posiciona en la vanguardia del medio, la selección del espacio es un componente que da la originalidad a sus creaciones.

Seguidamente, Spel demuestra que ha dejado atrás el juego de los tageristass y se ha posicionado, en un juego distinto, donde operan nuevas reglas, en particular la de ampararse con permisos para producir sus creaciones: “Hoy en día, ya prácticamente para todo hay que hacerlo con permiso, y no meternos en broncas, nunca sabes cuándo el antigraffiti o alguien te la va a hacer de tos ¿qué onda con el permiso? por una tontería te paran todo el día, no

pintas, estás ahí valiendo madre, es mejor ahorrarte todo ese rollo y mejor hacer las cosas bien hasta dónde se pueda con ellos”. A pesar de la condicionante del permiso, Spel prefiere hacer su trabajo en la calle, en vez de recintos culturales, en virtud de que en la calle toda persona puede ver su obra; sobre la conveniencia de pintar en galerías, Spel opinó:

Creo que es atractivo hasta cierto punto, pero tiene sus pros y sus contras, yo por ejemplo mis piezas que hago para galería normalmente no las hago 100% graffiti, no meto en una galería lo que pinto en la calle, trato de hacer trabajo diferente; meto trabajo tipo pincel y técnicas que no meto en calle, porque creo que el graffiti si merece estar en la calle, accesible a todo a todo mundo, qué es por lo que lo hacemos, para que esté ahí, para la gente que tal vez no tiene la cultura de ir a museos, galerías ó que tienen la percepción de que si vas, te van cobrar por entrar; pues (ellos) no van a estos lugares, su lugar dónde pueden ver esto, es en la calle y es ahí donde lo ponemos para ellos; creo que pintar para galerías es algo muy curada es otro paso y de lo que se trata es de ir subiendo, pero creo que sí le quita a veces un poco de vida a lo que es la cuestión del graffiti.

Frente a las instancias que promueven la cultura, se posiciona así: “lo qué es cómo los centros culturales cómo EL IMAC, El Cecut, o EL ICBC , la cuestión es que ellos apoyan un poco el movimiento por la cuestión de que lo ven desde otro punto de vista lo ven de la manera cómo el rollo artístico e igual ellos te apoyan, te escuchan tus ideas ,tus inquietudes, lo que tengas que decir al respecto de y van a tratar de entender de ver qué es lo que haces es un lugar dónde sabes es un lugar que puedes desarrollarte en una forma segura no sientes que te van a agarrar contra ti por alguna cosa sino al contrario van a tratar de entender el porqué estás haciendo lo que haces.

En concordancia con la posición de Serie, aunque en una posición más consolidada, Spel manifiesta tener mucho que perder al realizar creaciones ilegales: “ya no hago graffiti ilegal en la ciudad como que te pones a analizar y ya yo al menos tengo muchas cosas que perder, tengo mi carrera, tengo mi trabajo y son cosas que no me gustaría perder por lo que implica nada más andar poniendo tú nombre en la calle prefiero quedarme con lo legal y estar haciendo lo qué me gusta tranquilamente y sin cuestión de sentirte presionado por el antigraffiti”.

Sobre el tagerismo, Spel opina: “siento que hay mucho ego involucrado en la cuestión que ves en las listas; que tal bato, tal bato, tal bato, cabrones; tal bato, tal bato, tal bato, chingones. Es mucho la cuestión ésa de que yo soy, yo me subí acá y está mucho el buscar el mérito, yo lo hice, yo estoy bien cabrón... Creo que por la cuestión de la adrenalina y vuelve otra vez el ego o al juego por la cuestión de que sabes que me la rifé bien machín ahí, y no me torcieron, es un lugar que está a la vista todo el tiempo, va por ese lado otra vez, nada más por el mérito”.

Shente conoce como nadie las reglas del juego en el graffiti, y se abrió paso en el graffiti, de manera muy diferente: “en los ochenta nuestra vida era bailar *breakdance* con los morros del barrio, ya después entró la onda de pegarle al aerosol, primero *tags* hasta con plumones de *esterbrook*, pincelines y de todo lo que halláramos, en el barrio y en la escuela. Me acuerdo que en la primaria nos íbamos en cada mesabanco, yo ponía Vicente y mi compa Alex, sin barrio ni nada, nada más poníamos nuestros nombres”. El *tag* de Shente, es estilización de su propio nombre, otro detalle es que antes de que rayara, la gente lo llamaba Israel, su otro nombre, sin embargo cuando escogió Vicente para darse a conocer masivamente, sustituyó la “V” por la “S” de spray, y así hizo su nombre de pluma “Shente”.

**Figura 6.7: Letras *old school* de Shente con mensaje “*Rest in Peace*” para integrantes del H.E.M. crew, aniversario veinte y acople con Kamel.**



Fotografía de Shente

Él comenta que cuando era niño, el Infonavit Lomas del Porvenir era como en la película de “*The Warriors*”; había territorios ocupados por distintas bandas juveniles que se adscribían a identidades diversas: rockers, cholos, surfos, etc. También comentó que cuando

visitó a unos primos en Los Angeles California, conoció de primera mano el graffiti: “Ahí fue donde vi los primeros placazos”. Shente perteneció a grupos juveniles, que sustituyeron las enfrentamientos violentos entre bandas, a través de batallas simbólicas, que en un primer momento se dirimieron en el baile y que después en la adolescencia se convirtieron en competencia entre grafiteros: “andábamos por todo el Infonavit, tratando de quemar a la demás raza, porque la onda del break es un *battle* con cualquier persona con que vas a enfrentarte, y andábamos con nuestro cartón. ¿Hey tu bailas *break*? no o simón, ¿Qué onda un *battle*? simón, ¡arre! tirábamos el cartón, y si había música pues música, pero era el tiempo de que por todos lados escuchabas música...1986”.

En los noventas, Shente militó en el H.E.M., un *crew* formado por integrantes de prácticamente todas las latitudes de la ciudad: Por ejemplo Shente y Kamel del área del Soler, el Sueño de la Presa, Benz del Hipódromo, de la zona Norte incluso integrantes internacionales, Fast, Kafye, W.O.W. de San Diego California El *crew* se mantuvo en una dinámica de competencias con otros crews que figuraron en la escena de los noventa en Tijuana: Los P.K. (Puros Kabrones, Pig Killers), H.A.P. (Hommies Altamira Punks), O.1.T.(Only One Tagger), O.E.K. (Organización En Kontrol) , N.K.M. (Nuestra Kultura Mexicana), B.T.S. (Bitting The System), P.L. (Puros Loquitos), entre otros.

Entrado el año 2000, las hazañas el H.E.M., permanecían en la memoria de los grafiteros, sin embargo se sabía que sus integrantes ya no estaban en activo. Shente tuvo un rol muy importante en proyectar al grupo en el nuevo milenio. Él junto a nuevos talentos (Froy, Shekz, Ezho, Mode), generaron una nueva dinámica en el graffiti de Tijuana (la segunda ola), se dedicaron a pintar piezas y dobles en las paredes de casas o comercios que les iban prestando. Para ello fue necesario hacer propuestas de lo que se iba a realizar en determinado lugar. Ellos fueron los primero en integrar portafolios de trabajo para mostrar a los potenciales prestadores de paredes. A su vez, cuando éstos, gustaban del trabajo, se veían complacidos en prestar sus paredes, sin embargo, pocas fueron las veces en que cooperaban con pintura. El nuevo trabajo extendió el reconocimiento del H.E.M. hacia otros individuos y grupos sociales que no participan en la dinámica del graffiti. Otro aspecto a considerar, es que también obtuvieron cierta estabilidad, en la medida en que se concentraron en hacer piezas, con el permiso de los dueños de las paredes, acción que ellos denominan hacer graffiti legal. Sin embargo, como en el mundo del graffiti, no se respeta a quien sólo hace

graffiti con permiso; para conservar el prestigio en el graffiti, se requiere: “ salir a las calles a hacer *tags*, *throws*, o de perdida pegar posters”. En general los grafiteros veteranos se manifiestan de esta manera, puesto que está su trayectoria en juego y tienen mayor presión que los artistas el graffiti, por refrendar una actitud iconoclasta.

Sin embargo, la presencia de la nueva ola, en distintos puntos de la ciudad ha sido catalogada como dañina. El primer incidente que lo demuestra, fue en 2002, cuando Shente fue acusado por el entonces representante de *Graffiti Busters*, David Solís, por haber causado daños a la ciudad en los noventas, y la firma de sus piezas actuales era el argumento esgrimido para acusarlo. No muy convencida del caso, la policía lo detuvo y fue turnado a EL MP.<sup>139</sup> Posterior a ello, se formó el Grupo Antigraffiti de la Policía Municipal de Tijuana, que ha estado documentando en archivo: el nombre, el apodo, la firma, el *crew* y la fotografía de jóvenes detenidos ya sea en flagrancia o simplemente andando en las calles. Una de las políticas implementadas por el Grupo Antigraffiti, fue considerar que el elemento más dañino en el graffiti, son letras; por lo que *de facto*, está prohibido hacer *tags*, *throw*, bombas, dobles o piezas en todo el territorio de Tijuana. Recientemente un integrante de la nueva ola (Shekz), fue levantado mientras pintaba un mural en la zona este de la ciudad, oficialmente fue detenido por vandalismo, no obstante, los informantes dicen que se lo llevaron porque anteriormente había pintado la efigie de un policía con cara de puerco (ver foto). También aseguran que fue golpeado antes de ser presentado en el Ministerio Público y ante los medios de comunicación. Lo anterior indica, que en un contexto donde está prohibido incluir letras en los murales, la manera más segura de hacer graffiti legal, debería ser es optando por la pintura de caracteres, o personajes de ser posible inocuos, aunque tampoco es ninguna garantía. Un escritor clásico como el Shente, ha tenido que plegarse a fondear murales,<sup>140</sup> a veces estilizando patrones con múltiples firmas o por otro lado, ensayar nuevas formas gráficas y plásticas lejos de las letras que caracterizan al graffiti. Aún así, los veteranos del medio piensan que lo suyo nunca va a acabar, por lo que Shente advierte: “no se te haga raro que de repente empieces a ver algo nuevo allá afuera, que de repente me valga y diga, voy a salir a pegarle pero con algo nuevo, pero la raza que sabe va a saber que soy yo.”

---

<sup>139</sup> Véase anexo 10: Acta de turnación al Ministerio Público T01/641/2003.

<sup>140</sup> Véase figura 6.8

**Figura 6.8 Firmas de Shente camufladas como fondo de un mural**



Fotografía propia durante trabajo de campo

## Conclusiones del capítulo

### ¿Grafiteros, artistas o vándalos?

Para explicar la razón porque los grafiteros no son vistos como artistas, se recurre a la noción de artesanía que en Sennett (66-102) se define del siguiente modo: “hacer algo bien por el simple hecho de hacerlo bien. En todos los campos de la artesanía intervienen la autodisciplina y la autocrítica; son importantes los modelos, y la persecución de la calidad se convierte teóricamente en un fin en sí mismo”. En el mundo del graffiti los *taggers* rayan por el gusto de rayar, en una dinámica de hacerlo cada vez mejor. Incluso los veteranos hacen graffiti por el gusto de hacerlo, sin esperar una recompensa material. Es por ello que se sugiere que quienes estén en la práctica de hacer graffiti se les defina como artesanos. Así mismo, quienes están en la práctica del graffiti, reconocen las reglas del campo cultural en el que participan, en donde ocupan lugares y desarrollan habilidades a través del tiempo. La conducta de los grafiteros que se pudiese interpretar como ruinoso —debido a que transgredir el marco legal puede tener consecuencias penales—, solo se explica a través de la adquisición de capitales simbólicos como respeto y reconocimiento en el mundo del graffiti, otorgados a quienes realizan las hazañas más osadas.

Por el contrario, el artista contemporáneo es una figura con talento. Concepto definido por Sennett (2006, 92) en la siguiente manera: “es la habilidad para pensar, con la mirada puesta en el futuro, que hacer cuando hay que romper el contexto y la referencia, lo que, en el mejor de los casos, es un trabajo de imaginación, pero, en el peor, esta exploración de talento corta la referencia a la experiencia y los lazos que unen a las circunstancias, renuncia a las impresiones sensoriales, separa análisis y creencia, ignora el poder de cohesión del compromiso emocional y castiga la profundización, todo lo cual lleva a vivir en un puro proceso, que el filósofo Zygmunt Bauman llama «modernidad líquida»: exactamente la condición social del trabajo en los sectores punteros”. El arte contemporáneo privilegia los procesos y el trabajo conceptual más que la realización de la obra, como una capacidad de resignificar los objetos —inaugurada con los ready made de Duchamp—, presente en artistas que se han apropiado de la forma plástica del graffiti para hacer su propio proyecto, como en el caso de las obras más recientes de Tania Canidani: *Hábitat Intervenido 2008* y *Writers y Escritores 2009*.

Con base en lo anterior, se ubica que el reconocimiento externo se lo ganan aquellos escritores de graffiti que se logran situar estratégicamente, haciendo lo necesario, estableciendo relaciones fuera de su campo e incluso transgrediendo las reglas internas de las culturas juveniles del graffiti. Puesto que llegado, el momento, comprenden que, mientras no haya reconocimiento de parte de instancias externas, ni el arte del graffiti, ni el artista son reconocidos oficialmente, aunque dentro de las culturas del graffiti sí lo sean. Situación que se confirma, dado que sólo un grupo selecto de productores de graffiti son relevantes para el universo del arte.

En resumen, los estilos particulares el graffiti que surgen de escritores sobresalientes, dentro de las culturas juveniles, no son considerados como arte sino hasta que se relacionan con instancias acreditadoras, dígame galerías, expertos en arte, medios de comunicación, museos, etcétera. Por otro lado, los grafiteros que han cultivado el estilo reciben reconocimiento adentro las culturas juveniles del graffiti; sin embargo la estigmatización del medio, no permite que socialmente se reconozca lo suyo como arte

### **La heterogeneidad de las miradas proscritas**

A través de las categorías de delimitación etaria, se situó el inicio del grafitismo en etapas tempranas del curso de vida, quizá hasta antes de los 10 años, sin embargo, como se identificó en el trabajo de campo, el momento de eclosión de la práctica del graffiti se da a partir de la secundaria, en la mayoría de los casos. Además, el trato preferencial que frente a la ley adquieren los menores de edad<sup>141</sup>, —en el intervalo antes que se consideran aptos para asumir responsabilidades penales y se consideran menores infractores— provoca que la práctica del tagerismo se dé en mayor grado entre los más jóvenes. Por lo que se entiende

---

<sup>141</sup> En México, el marco legislativo, contempla sanciones para los menores infractores, considerando a: “toda aquella persona mayor de 12 y menor de 18 años de edad, en donde los menores de 12 solo sean sujetos de asistencia social, y el internamiento, solamente se aplique a mayores de 14 años y se utilice como medida extrema” (Munguía 2010). No obstante, en Baja California, solamente los mayores de 16 años pueden ser sujetos de internamiento, con estancias no mayores de 7 años. Aún así, El Código Penal de Baja California y cualquier otro edicto, se aplican a quienes estén en plena condición jurídica para responsabilizarse de un delito. En este supuesto se encuentran algunos de los sujetos situados en la categoría juvenil, donde la responsabilidad penal, sitúa cada vez más cerca de la edad menor.

que la mayoría de los grafiteros son *tagers*, y por esta razón, varios abandonan la práctica antes de cumplir la edad en que adquieran responsabilidades penales plenas. Por ello, en los hechos, la expresión marginal y clandestina, es terreno privilegiado de los más jóvenes, situación que en parte es incentivada por el propio marco legislativo. Inversamente, la ley previene que las conductas clandestinas, se presenten en los más grandes, debido que, el costo social por transgredir el marco legislativo es también mayor.

Por otro lado, el trabajo de campo, permitió reconocer distintas etapas en la práctica del graffiti, no sólo se ubicaron dos generaciones, si no que se identificaron distintas relaciones, por ejemplo, en los subgrupos de edad, los más jóvenes parecen tomar más riesgos, frente a la posibilidad de ser arrestados, a diferencia de los más grandes en edad, en cuya acciones se pondera el riesgo, de ser aprehendido de otra manera. Esto también se explica a través de la menor o mayor participación en el ámbito educacional o el mercado laboral, además de la participación en dinámicas de socialización que anticipan la vida adulta, como las anteriores, además del noviazgo, la vida en pareja o la formación de una familia.

Finalmente, a través de la identificación del universo estilístico del graffiti se logró conocer que dentro de las culturas juveniles hay jerarquías según el tipo de graffiti que se produce, o dicho de otra manera, hay transgresiones diferenciadas, según el riesgo que se corre al llevarlos a cabo. En este sentido, no es lo mismo, hacer producciones, que son el tipo de graffiti que desde la calle está buscando activamente tener un discurso artístico, en comparación con las bombas, que si bien tienen un interés en estilo de la letra, a su vez, no tienen ningún interés en legitimarse en el arte, sino legitimarse adentro del graffiti.

Con base en lo anterior, se concluye que, la legitimidad en el *graffiti* se construye básicamente dos maneras, hacia adentro de la cultura juvenil y hacia afuera de ella. En un primer momento, la legitimidad se obtiene en la práctica clandestina del graffiti con vigilancia de los colectivos juveniles que lo producen. En un segundo momento, la legitimidad se obtiene por intermediación de instancias e instituciones que acreditan las expresiones del graffiti como arte, en donde los veteranos y los artistas, tiene mayor participación.

## CAPÍTULO 7. LAS MIRADAS CRIMINALIZANTES SOBRE EL PAISAJE URBANO

### Vigilantes antigraffiti y *Graffiti Busters* en Estados Unidos.

Los vigilantes antigraffiti actúan solos o en un grupo para formar escuadrones de limpieza de graffiti en la ciudades de Estados Unidos. El nivel de ilegalidad en el que operan estos grupos se evidencia cuando pintan fachadas sin previo consentimiento de los dueños. Es decir, algunos vigilantes transgreden el marco legal al allanar propiedad privada para borrar graffiti; lo que técnicamente también es daño en propiedad ajena. Por ejemplo en Nueva Orleans, Fred Radke,<sup>142</sup> un exmarino que fundó en 1997, una organización sin fines de lucro dedicada a la erradicación del graffiti, *Operation Clean Sweep*. Radke fue sancionado en marzo de 2009, al ser resuelta una controversia entre el propietario de una pared, quién lo demandó por borrar un mural pintado con graffiti en su pared. Radke fue sentenciado por el juez Paul Sens, a no volver a remover graffiti sin el consentimiento de los dueños de la propiedad.<sup>143</sup>

Los programas *Graffiti Busters*,<sup>144</sup> al parecer son iniciativas de la sociedad civil que junto con empresas y el gobierno participan en programas de prevención del graffiti y mantenimiento de la imagen de la ciudad. Al noreste de La Ciudad de Los Ángeles, existen un par de ciudades que implementan este modelo, que con algunas diferencias se ha tratado de copiar en Tijuana. Por ejemplo, en San Fernando Valley, existe *North East Graffiti Busters* (NEGB) una organización sin fines de lucro cuyo trabajo incluye la eliminación de graffiti, levantamiento de basura, riego de arboles, así como programas de extensión educativa y construcción de lazos comunitarios.<sup>145</sup> Por otro lado, *Graffiti Busters Riverside County* (GBRC), ofrece un servicio gratuito a los propietarios que les afecta el graffiti, sólo tienen que firmar un contrato con el gobierno y sus contratistas, para que éstos puedan entrar en su propiedad y eliminar el graffiti.<sup>146</sup> Además GBRC tiene programas de vigilancia y control del graffiti en propiedades públicas y privada, a través dos modalidades: programa de

---

<sup>142</sup> Localmente Radke fue apodado como el fantasma gris, en relación al método furtivo con el que cubre los graffiti, utilizando pintura de base color gris.

<sup>143</sup> [http://blog.nola.com/dougmaccash/2009/03/gray\\_ghost\\_pleads\\_no\\_contest\\_t.html](http://blog.nola.com/dougmaccash/2009/03/gray_ghost_pleads_no_contest_t.html)

<sup>144</sup> <sup>144</sup> *Bust*, es verbo en inglés que significa romper, reventar, echar abajo o vencer; *buster* es un sustantivo del verbo *bust*. Por lo que el nombre, *Graffiti Buster*, indica que la misión del grupo es acabar con el *graffiti*. También en la jerga del inglés, *bust*, significa arresto.

<sup>145</sup> <http://negraffitibusters.com>

<sup>146</sup> <http://www.rcgraffitibusters.com>

reporte ciudadano y de guardianes vecinales. Dentro de las medidas preventivas del daño estético que causa el graffiti GBRC sugiere: “*Being vigilante and aware is the best prevention. As soon as you see graffiti, report it*”.<sup>147</sup>

El fin último de los programas antigraffiti con la participación de empresas, organizaciones civiles y el gobierno, es conservar o mejorar la apariencia física de los principales corredores comerciales y las zonas residenciales. En Estados Unidos, existen leyes estatales que obligan a los residentes a mantener limpias de basura y o *graffiti* sus propiedades; las cuáles otorgan multas a quienes no observen la regla.

### **Graffiti Busters en Tijuana**

David Solís Jusiano, encabezó la agrupación civil *Graffiti Busters*, cuya labor fue importante para identificar a los individuos y grupos que hacen graffiti en Tijuana. Solís fue precursor del uso de dispositivos de control a través de bases de datos, conteo de grafiteros, ubicación residencial, etcétera. Además fue eficaz, en intervenir en colectivos juveniles y cooptar sus liderazgos. Después de él, LA SSPM, comenzó a implementar estas acciones.<sup>148</sup>

**Figura 7.1: Logos de grupos antigraffiti en México y E.U.**



Fuente: internet y folletos antigraffiti

<sup>147</sup> Ser vigilante y estar alerta es la mejor prevención. Tan pronto como vea graffiti, repórtelo.

<sup>148</sup> Véase: Ernesto Álvarez, “*Contrataca graffiti*”, periódico Frontera, 15 septiembre de 2001.

El *modus operandi* de *Graffiti Busters*, se caracterizó por hacer uso de una avanzada de informantes o soplones, los cuales provenían ya sea de policías juveniles o grafiteros cooptados. El arresto de Shente, Mode y Shekz, fue un caso que ejemplifica el abordaje utilizado. Shente recuerda: “Llegaron dos personas vestidas iguales, con uniforme y guantes sin dedos, como los de hacer ejercicio; nos preguntaron, de manera amigable: ¿Qué estábamos haciendo? ¿Tienes permiso? Simón (le dije). ¿Quién te lo dio? El Señor García. Órale (respondieron). ¿Y tú eres el Shente?”. Después que los soplones inspeccionaban el lugar, las condiciones legales en que se realizaba la pintura e identificaban a los grafiteros, el dirigente de la operación hacía acto de presencia: “Luego se dejó venir una panel con las siglas de *Graffiti Busters* o del Grupo D.A.R.E., ya no recuerdo.<sup>149</sup> Ahí venía Solís, y junto con él una patrulla. El policía que lo acompañó no era como los de ahora, que traen armas largas y andan en grupo. Este era tamarindo (uniforme color café), venía solo, y nomás estaba ahí parado, no sabía ni que ondas.” Shente explica, que la iniciativa de arrestarlo no provino de la policía, sino del dirigente de *Graffiti Busters*: “Yo estaba pintando, y el Solís me dijo: ¡Quiero que dejes de pintar! ¿Por qué? (le respondió). No estoy haciendo nada malo, no tiene nada que ver contigo, ni con drogas. Además traigo permiso. (yo traía el permiso en la mochila)”.

Al parecer, la pintura que realizaban los grafiteros, se realizaba a plena luz del día, sin afán de hacer vandalismo. Además la cantidad de pintura y utensilios que traían consigo era un indicador que intentaban hacer un mural, o una pieza: “75 tapones para pintura de spray, 2 cubetas de 17 litros cada una, una de color café y otra de color azul agua, 5 botes de un galón, uno de color azul, uno de color verde, uno de color café y dos de color rojo, una máscara para gases de marca 3M, color gris, 6 rodillos usados, 3 charolas para pintura y 85 botes de pintura en aerosol de 12 onzas cada una, de diferentes colores y marcas”.<sup>150</sup> Los elementos que alcanzaron a pintar antes del arresto fueron: “un par de manos y varias letras en tercera dimensión”<sup>151</sup>. Al contrario de la idea sostenida desde los grupos antigraffiti, que

---

<sup>149</sup> *Drug Abuse Resistance Education* (D.A.R.E.) es un programa de prevención abuso de sustancias psicotrópicas a través de la educación, fundado en 1983 en Los Angeles; actualmente se está aplicando en 75 por ciento de los distritos escolares de E.U. y en más de 43 países de todo el mundo. En Tijuana D.A.R.E. es un programa de la Secretaría de Seguridad Pública y contempla clases impartidas en escuelas por policías municipales para prevenir el consumo de tabaco, alcohol, drogas y conductas relacionadas.

<sup>150</sup> Véase anexo 10: acta de turnación al Ministerio Público del Orden Común.

<sup>151</sup> *Íbid.*

encuentran en las letras del *graffiti* el elemento pernicioso, vinculado a la criminalidad; los grafiteros pensaban pintar sus nombres haciendo gala de sus estilos gráficos —tresdé y *wildstyle*—, junto a la representación de unas manos, que a manera de una apropiación significativa, recuperaron de la escena de La Creación, pintada por Miguel Ángel en la bóveda de la Capilla Sixtina. Con base en lo anterior, la temática que ensayaban contenía una clara referencia al arte formal o las bellas artes, a la cuál ellos se sumaban al poner sus *nom de plume*. Así mismo, se advierte la intención de enaltecer la pintura estilo *graffiti*, con la referencia del toque divino, representado con las manos del hombre y de Dios, que fueron ensayadas con trazos de pintura en aerosol.

Ante el desconcierto del primer policía que llegó al lugar del arresto, David Solís retó a Shente a no escribir su nombre sobre la pieza, pues según el antigraffiti, al hacerlo el autor se inculparía de las pintas clandestinas que había realizado en los años noventa en Tijuana. Shente argumentó, que los artistas plásticos firman sus obras y que él intentaba hacer lo mismo. De cualquier manera el trabajo quedó incompleto.<sup>152</sup> Además la situación de los grafiteros asegurados en la redada del grupo *Graffiti Busters* empeoró cuando llegaron varias patrullas a la escena, pensando que en el lugar se había asegurado un auto robado; Shente rememora: “En la esquina de Calete hubo un choque, al parecer era el robo de un carro y detrás de él venían varias patrullas y judiciales que al ver la patrulla estacionada y la panel del D.A.R.E., se pararon con nosotros. Ahí nos abordonaron y se armó un panchote”.

**Figura 7.2: Mural inconcluso, La Creación, de Shente, Mode y Shekz**



Fotografía propia, 2003.

<sup>152</sup> Figura 7.2: Mural inconcluso, La Creación, de Shente, Mode y Shekz

Los grafiteros contaban con un permiso escrito por un representante de la compañía de transportes urbanos Verde y Crema, en cuya pared se pintaba el mural, aunque en la acta de turnación con folio T01/641/2003, dice que al momento de la detención no contaban con el permiso escrito.<sup>153</sup> No obstante las autoridades requirieron la presencia física de la persona que les había dado el permiso. Shente entró a los patios de camiones que se encontraba detrás de la pared en busca del señor Virgilio García Díaz, sin embargo le dijeron que él se encontraba en las oficinas de la compañía en la Colonia Neidhart. Los grafiteros fueron turnados al Ministerio Público del Orden Común (M.P.O.C.), el 26 de marzo de 2003, les aseguraron la pintura y objetos personales, entre ellos unos lentes de aumento, que no fueron devueltos a sus dueños. Y después de 48 horas quedaron libres, porque según el acta: “los indiciados no fueron encontrados en flagrancia”, lo que indica que legalmente lo que se castiga es la escritura clandestina de *graffiti*.

### **Sanción Autoritaria o las vías no oficiales para ejercer el control**

Antes de que hubiera una Grupo Antigraffiti en la Policía Municipal de Tijuana, existió *Graffiti Busters*, una organización civil con estructura policial que se dedicó a hostigar a escritores de graffiti. Shekz comparó el comportamiento de ésta organización, con la del Grupo Antigraffiti de LA SSPM: “una vez estaba pintando un mural con unos morros, estaba haciendo una figura (un rostro con máscara anti gas y sombrero) y los morros las letras y llegó el asistente de Solís (dirigente de la organización) y me preguntó: ¿Qué barrio rayas? Yo le respondí ¿Cómo que qué barrio rayo?, ¿Qué traes? el asistente se hizo güey (cambió la actitud) y me dijo ¡Hey qué onda! (como si se conocieran). Entonces Solís (que se encontraba a pocos metros) desde el carro (con alta voz) me dice ¿Qué onda Shekz? quedamos en que letras no. Yo no quedé en nada contigo —responde Shekz—, además no estoy haciendo letras y si lo hago qué, es mi nombre, no tiene nada de malo, es como los pintores que firman sus cuadros. Ya mejor búscate un trabajo bien y déjate de éstas cosas —le recomienda a Solís—. Y amenazó con llevarse a los morros. O te llevas a todos, o a ninguno —le dije. Finalmente ahí quedó, prendieron el carro y se fueron. Eso era antes, el Solís no era policía (y aun no se promulgaba la Ley Antigraffiti en EL CPBC), hace unos

---

<sup>153</sup> Véase anexo 10.

meses estaba pintando un encargo, los rostros de Bob Marley y otras figuras en unos departamentos que siempre están rayados. El dueño me contrató para hacer el trabajo, era una chamba y ahí llegó el Antigraffiti a preguntar, qué estaba pasando ahí. ¿Y tú quién eres? Me preguntó. El Shekz le dije. ¡Ah tú eres el Shekz!, Simón, ahí no hubo bronca, pero la próxima vez que me vio estábamos pintando con permiso y a la luz del día, llegó y llamó por radio a las patrullas, al ratito ya había 6 patrullas. Igual que con el Solís me defendí. Pero como había otra gente no le gustó y me subió a la patrulla. ¡Ah me vas llevar! le dije, está bien, me quiso poner las esposas y también me defendí. ¿Qué onda? Le dije, estoy cooperando. ¿Por qué me tratas así? Lo cabrón es que me agarraron en La Colonia Postal y me llevaron a la 8; me tocaba que me llevaran a Otay, pero me llevaron al Centro y me pusieron una madriza (le pegaron con una vara de metal, parecida a las antenas de carro y con las manos amarradas con las esposas). Según Shekz, comenta que le recriminaron haber pintado una figura (hace casi 10 años) en donde aparece un policía con cara de marrano enseguida de dos sujetos que representan a un ladrón y un adicto al cristal; cada uno sujetando las llaves de un automóvil y un foco de luz (véase figura 4.4).

**Figura 7.3: Detalle de pieza de Shekz**



Fuente: fotografía propia.

Sobre lo que sucedió con el Shekz el Shente comenta: “creo que sí les dijo: ¡Ésa madre es como del 2000! ¡Ésa onda ya estuvo! Es como cuando a mí me agarraron haciendo el mural de La Creación y el Solís todavía estaba de antigraffiti y le dije, si no me agarraste en el tiempo en que hice lo ilegal y ahora me quieres venir a achacar ésto, como que no queda. Ya pasaron 8 años, 10 años o 15 años, yo no voy a decir que no hice nada ilegal o que no rayé, te estaría echando mentiras, pero lo que no fue en tu año no te hace daño. Tú ni existías en ese tiempo, no andabas de antigraffiti. El bato se puso como que: no, no, no...tú tienes que comprender...las mismas de siempre, pero total eso ya pasó y no me interesa volver a esos trotes”.

La sanción autoritaria se entiende como abuso de poder por parte de la autoridad legítima y son maneras de ejercer control por métodos no oficiales y violatorios de las garantías individuales. De entre otras, la golpiza que le dieron a Shekz, es el caso más extremo de abuso de poder contra un productor de graffiti del que se sabe. Las huellas de la golpiza quedaron marcadas en su cuerpo de la siguiente manera: las dos manos hinchadas, los nudillos se le movieron, en la espalda quedaron marcados los golpes. Sobre este caso dice un grafitero: “sea lo que sea, no creo que se merecía eso (...) le pegaron en sus herramientas de trabajo (es tatuador), aparte que es un bato talentoso que sea lo que sea, aunque haya dibujado ese puerco, debe de haber cierta libertad de expresión, pero esos batos se lo tomaron personal, ese fue el problema”. Ciertamente es usual que en las detenciones se propinen golpes, patadas, cachetadas, sin embargo este fue un caso extremo. Otro castigo es rociarlos con pintura en aerosol en el cuerpo, o en la cara, los glúteos, el pecho, etcétera.

También, Spel se quejó de la última vez que lo detuvieron: “Fue a dos cuadras del cantón de mis jefes y de hecho ese día iba a hacer un jale. Llevaba la mochila llena de pintura. Yo iba bien tranquilo y en eso veo que llega la patrulla y se me cierra enfrente. Yo no sentía que trajera bronca así que seguí caminando. ¡Hey párate ahí! No pos simón. ¿Qué traes en la mochila? Pintura. ¿Cómo que pintura? Si, aerosol. ¿Y qué vas hacer, vas a rayar? No pues voy a hacer mi trabajo. Me revisan, traía latas ya me ponen en la patrulla. ¿Traes broncas? No traigo nada, voy a hacer un jale. ¿A poco ya le dices trabajar a esto? Pues sí, pinto murales y me pagan. No, no, no... súbete. ¿Por qué me vas a llevar? Porque vas a rayar. (El pensó) pues ni pedo, llévame”. Lo que más le preocupó es que en vez de llevarlo a la delegación de Villa Fontana (donde administrativamente tocaba reportar la detención), lo

trajeron dando vueltas por la ciudad en una pick up, donde iba con otros detenidos, en su mayoría malandros [sic] de temer, él pensó: “si estos batos no me chingan ahorita cuando me metan a la celda me van a chingar”. Finalmente lo llevaron a la delegación de El Cerro Colorado.

En el paseo que le dieron, Spel aprovechó para comunicarse con su hermano y hacerle saber su situación: “En cuanto miré que no me llevaban a dónde me tocaba, a la sorda le mandé un texto a mi carnal (para comunicarle que me habían detenido). Sabes qué, me torcieron. Al poco rato me habla, ya para entonces me habían llevado para el Cerro Colorado”. Spel también se comunicó con un pariente que vive cerca del Cerro Colorado para decirle que estaba detenido y pedirle que fuera por él. Spel relata el momento en que esta persona llega a la delegación: “Haz de cuenta que llegó y dijo busco a tal persona (le contestaron). No aquí no está (entonces el pariente responde). Yo sé que aquí está, es un morro así y asado, lo agarraron porque traía pintura”. Spel relata que él podía escuchar todo desde su celda. Posteriormente llegan sus padres, los policías siguieron negando que Spel estuviera detenido en la delegación. Entonces su hermano se vuelve a comunicar a su celular: ¿Dónde estás? Él le explica que está en la delegación al fondo del pasillo desde donde podía escuchar sus voces. ¡Ya ves ahí está! Reclamaron sus padres, a lo que el policía contestó: ¡Pinches celulares por eso no dejamos que los traigan! Spel reflexiona: “Todavía la hace de pedo el placa, es que el morro traía pintura. Y mi jefa le dice pues sí, en eso trabaja, él pinta, es diseñador gráfico, tiene su carrera de universidad. ¿A poco agarramos a un universitario? —contesta el policía”.

Por todo lo anterior los productores de graffiti tienen temores fundados en cuanto a lo que les puede suceder al ser detenidos. Llama la atención, que uno de los lugares en dónde se sienten más inseguros es detrás de una patrulla. Shente explica: “La neta no sabes si cuando te subes a una patrulla, ya no sabes si vas a volver. Como cuando nos agarraron a mí y al de Puebla, nos llevaron a un cerro (La Policía Federal Preventiva), a mí me tocó ver que le dieran un cachazo al morro en las costillas. ¡Cállese pinche chilango! Dije sabes qué, al rato, a lo mejor ya estuvo carnal”.

Otro lugar temido es la Comandancia de Policía en Calle Ocho, pues éste es un lugar de reunión de policías. En general, para los grafiteros, un lugar inseguro es donde hay policías. Spel explica: “La cuestión es que algunos ya saben quién eres y lo que haces, y no

todos lo ven de buen modo”. Además, debido a los abusos de la policía y otras corporaciones policiacas, uno de los lugares donde se sienten más inseguros es en la calle. Esto resulta paradójico, puesto que la práctica del graffiti cobra sentido y relevancia sobre todo cuando se ejecuta en la calle, ya sea con o sin permiso. La situación es tal que, que en un contexto de abuso de poder y censura, los veteranos buscan reducir el sentimiento de incertidumbre e inseguridad, haciendo murales sin letras, amparados con instancias que los avalen. Aún así, bajo sospecha pueden ser detenidos en la calle, y si transportan pintura, es motivo suficiente para ser presentados ante el ministerio público y acusados de haber hecho graffiti.

### **Los grupos de interés y las organizaciones de empresarios**

Las acciones antigraffiti también han sido promovidas desde la iniciativa privada. Una de las primeras acciones de El Comité de Imagen de Tijuana (EL CIT),<sup>154</sup> formado en 1993, tuvo origen eminentemente antigraffiti, en palabras de José Galicot Behar, presidente de EL CIT: “Sucede que hubo una devaluación (1994), la gente en Tijuana se deprime mucho por las devaluaciones, porque les pega directamente a su bolsillo. Una devaluación significa que usted hoy no puede ir a San Diego a comprar lo que ayer sí podía comprar. Entonces yo venía del otro lado y me encontré con que la ciudad estaba terriblemente rayada, y pues era deprimente entre la devaluación y la rayada dije ¿qué es esto?”.

Para Galicot, el graffiti es una manifestación de las cárceles y proyecta una imagen deprimente de la ciudad. Ante la situación, urdió buscar a un pintor conocido suyo e invitarlo a aportar su trabajo para contrarrestar la mala imagen vinculada al graffiti. La premisa con la que atajó la situación, fue que las imágenes relacionadas al amor patrio —en su opinión vinculadas a la bandera, la madre y a la Virgen de Guadalupe—, servirían de escudo ante los embistes del graffiti.<sup>155</sup>

Por tanto, el primer contraataque que envió a los muros, fue una alineación de banderas: “pusimos una bandera mexicana y 5 de otros países, para que protegiera a la otra”. Galicot cuenta que cuando terminó el cuadro él y a su amigo pintor, fueron llevados por una

---

<sup>154</sup> EL CIT, es un proyecto que impulsó José Galicot Behar con un grupo de empresarios tijuanaenses con la idea de promover el arraigo en la ciudad y el cariño hacía su gente.

<sup>155</sup> Este tipo de lógica ha sido puesta en práctica en otros lugares, por ejemplo en el centro de Guadalajara se contrató a un muralista para que pintara una Virgen de Guadalupe en una esquina que se usaba como mingitorio en vía pública.

patrulla de policía ante el presidente municipal,<sup>156</sup> con quien tuvo una plática: “Y entonces me dice: ¿Qué estás haciendo? Le digo que estoy enojado. ¿Cómo que está enojado? Sí hay quien se emborracha enojado y tira balazos y yo pinto. Cada quien agarra sus enojadas como quiere. Entonces me dice. ¿Qué hacemos? Le digo, esta es la manera de cambiar, de pensar en una ciudad que se vea fresca, que se vea limpia. ¿Cómo le hacemos? Bueno, pues usted pone un peni...un peso, y yo pongo otro (eventualmente el presidente no puso su peso)”.

Ese fue el principio de acuerdo de colaboración entre el ayuntamiento y la campaña “Con Amor a Tijuana” promovida por José Galicot,<sup>157</sup> cuyo objetivo es contribuir al mejoramiento de la imagen de Tijuana. En total la iniciativa ha financiado 86 murales con temáticas positivas, generalmente con diseños decorativos o viñetas de flores, pájaros, plantas, dinosaurios, peces y otros motivos. Al ser inquirido sobre el contenido temático de los murales, José Galicot explicó: “la ciudad tiene suficientes tensiones y no necesita un mural de guerra y sangre. Es todo lo que yo les pido a los pintores, cuando puedo. Dale un flor a tu mamá. Es el día de la madre. Es lo que quiero que le regales a tu ciudad”.

**Figura 7.4: Mural con Amor a Tijuana**



Fuente: google maps, s.f.

<sup>156</sup> Correspondiendo con la fecha se trata del C. Héctor Osuna Jaime, presidente municipal de Tijuana de 1992 a 1995, sin embargo en el banner con adosado al mural de la figura 7.4, sobre Paseo Centenario, se le atribuye la acción al C. Jesús González Reyes, presidente municipal de Tijuana de 2001 a 2004.

<sup>157</sup> Campaña de apropiación de puentes viales, a través de pintar sobre ellos motivos decorativos. Del 94 a la fecha el programa se ha apropiado de 86 puentes y cuenta con una persona que les da mantenimiento, sobre todo para borrar el *graffiti*.

Aunque los representantes de EL CIT mencionan que han hecho un gran esfuerzo por mantener limpios los puentes, contratando eventualmente a una persona para que los retoque. No obstante se observaron muchos murales sucios y derruidos. Además, sólo unos cuantos murales han sido pintados por artistas que infunden en la obra valores plásticos o temáticos; de entre las firmas que se reconocen están las de Óscar Ortega y Cecilia García Amaro. El resto ha sido pintado por rotulistas y llevan una etiqueta que se lee: Con Amor a Tijuana, por José Galicot. Por lo que se entiende que el autor intelectual de la mayoría de los murales es José Galicot.

Al preguntarle acerca de las carteleras que se han instalado de manera excesiva por toda la ciudad refuta la valoración de los hechos sugerida por el autor, a la cual califica de subjetiva. No obstante critica la manera discrecional con que el municipio ha otorgado los permisos para poner vallas. “tiene preferencias extrañas, cuando debería haber un orden (y un procedimiento)”. Seguidamente cuando se le cuestiona sobre la imagen que proyecta la publicidad sobre la ciudad, responde: “hay espacios que yo prefiero ver las vallas al terregal (...)el puente peatonal que tiene publicidad, sirve para que no atropellen a alguien. Lo tienen mantenido con luces, está pintadito, está arregladito. Entonces, ése da otro aspecto, se ve hasta moderno, como en Europa. En la cartelera en sí no luce nada. Si la valla cubre y el puente sirve. ¿Qué objeto tiene la cartelera? No tiene sentido. Habría que organizarlas”.

Finalmente se le preguntó sobre el tipo de imagen que quisiera proyecta EL CIT, la cual definió de la siguiente manera: “De una Tijuana pujante, de una Tijuana creativa, de una Tijuana de lo que es, de miles de gentes que trabajan en las maquiladoras, 200,000 mil gentes que cruzan al otro lado. Aquí hay 2’000,000 de gentes que están trabajando, de la cuales, hay 10,000 villanos y 1,990,000 gentes buenas”.

Actualmente EL CIT, tiene convenios con varias instituciones incluyendo: Gobierno del Estado de B.C., Ayuntamiento de Tijuana, EL IMAC, El Cecut, EL ICBC, sobre todo a través de la campaña El Paseo de la Fama<sup>158</sup>. Además, en los últimos tres años, esta campaña ha vestido varios eventos públicos y privados, como explica Alejandra Santos de la Fuente, directora de EL CIT: Nos están invitando a reforzar la presencia en las escuelas, nos piden que

---

<sup>158</sup> El paseo de la Fama, proyecto de EL CIT, surge en el año 2003 con el propósito de reunir a destacados tijuanaenses, cuya labor profesional ha puesto en alto el nombre de la ciudad. Véase “Se integran 15 destacados tijuanaenses al Paseo de la Fama” Semanario Zeta, del 17 al 23 de octubre de 2008.  
[http://www.zetatijuana.com/html/Edicion 1803/Ezescenario-SeIntegran15.htm#TopMenu](http://www.zetatijuana.com/html/Edicion%201803/Ezescenario-SeIntegran15.htm#TopMenu)

mandemos las fotografías de los personajes, estamos muy presentes en otras instituciones, somos hasta el gancho para eventos. Por ejemplo en El Cetys (universidad), van a tener un evento sobre el día internacional de la mujer y nos pidieron que expongamos a todas las mujeres del Paseo de la Fama. Otro, es que si el Centro de Alto Rendimiento del Gobierno del Estado, tiene una competencia internacional, nos piden a los deportistas del Paseo de la Fama. Muchos convenios así, como que estamos vistiendo muchos eventos de diferentes instituciones.

EL CIT es una entidad subsidiada por El Consejo de Desarrollo Económico de Tijuana (EL CDT), dicha organización ha sido su aval y de ella recibe su presupuesto. EL CDT se conforma de agentes privados que tienen intereses en el desarrollo económico de la ciudad; se trata de empresarios que a través de esta organización se vinculan a las entidades de gobierno municipal y gobierno estatal, con el objetivo de incidir en las políticas de desarrollo económico. Orgánicamente EL CIT es un comité de EL CDT, dicha situación lo coloca como interlocutor importante en cuanto a la política de imagen de la ciudad. En otras palabras es la opinión y los intereses de grupos de empresarios en relación a la imagen que desean que proyecte la ciudad. También, DEITAC (Desarrollo Económico Industrial de Tijuana A.C.), promociona desde 1989 a Tijuana como centro de destino de la inversión extranjera. El ingreso de divisas extranjeras ha sido parte de la historia de Tijuana debido al comercio y turismo transnacional.

Otra campaña con bandera antigraffiti promovida por organismos empresariales fue “Valores por Tijuana”. La campaña fue subsidiada por Coparmex,<sup>159</sup> y se dirigió a empleados de filiales de esta organización y a estudiantes que sumaron alrededor de 12 mil personas, entre los meses de febrero y abril de 2010.<sup>160</sup> Esta iniciativa, parte de la premisa de que a Tijuana se le asocia con ser un municipio inseguro y corrupto. Dicha situación tiene un impacto no sólo en la inversión y en la generación de empleos, sino en la calidad de vida en general, explicó Juan Manuel Hernández, presidente de Coparmex Tijuana.<sup>161</sup> Para revertir la situación, este organismo propuso fomentar la práctica de valores como la honestidad y el respeto. Así mismo, La Secretaria de Seguridad Pública Municipal secundó la propuesta y proveyó de temáticas y conferencistas a la campaña Valores por Tijuana: “Los temas de las

---

<sup>159</sup> La Confederación Patronal de la República Mexicana.

<sup>160</sup> Fomentan valores por Tijuana. Alberto Montes. Semanario El informador, 6 de mayo de 2010.

<sup>161</sup> *Idem.*

ponencias impartidas por conferencistas de la Secretaría de Seguridad Pública en 32 empresas y 31 escuelas de diferentes niveles, abordaron los temas de adicciones y graffiti. También la violencia en el hogar, educación vial y actitud defensiva (...)”<sup>162</sup>

**Figura 7.5: Valla publicitaria de campaña Valores por Tijuana**



Fuente: fotografía propia, 2010.

### **Publicidad, graffiti e ilegalidad**

Aunque no se hizo una investigación a profundidad con las agentes sociales responsables de la producción de publicidad en la ciudad, se pidió a Andrés Luján representante del grupo Euro Vallas, su opinión acerca de la relación graffiti y publicidad y su presencia en la ciudad.

Andrés explica que la publicidad es un negocio y un servicio, y argumenta que la relación entre él y sus anunciantes es mutuamente benéfica, dado que existe una necesidad de parte de las empresas o los comerciantes por darse a conocer y él puede proveerles dicho servicio. No obstante, en su opinión, en las comunicaciones de tipo graffiti: “el único beneficiado es el que delimitó su territorio, o el que rayó por sus pistolas, o por lo que quiso rayar (...)”.

---

<sup>162</sup> *Idem.*

No obstante, para Andrés, el graffiti puede ser una comunicación positiva, si cumple con los siguientes niveles: “de forma, si el graffiti es ilustrativo, que te diga algo, que tenga símbolos, que tenga alguna imagen positiva, y en la cuestión de fondo, que esa imagen aporte algo a la sociedad. El graffiti al que estamos acostumbrados es de alguien que está limitado a su territorio y nada más está beneficiando a una persona o a un grupo, es algo personal. Si es un graffiti que beneficia en general es muy positivo”. En su opinión, cuando la expresión graffiti es manejada para el beneficio social, es positiva.

Se entiende que la publicidad es benéfica en tanto que representa negocio, por el contrario, el graffiti, acusado de ser una comunicación exclusiva y sectorial, beneficia sólo a un grupo de personas o sólo a quién lanzó la comunicación. No obstante, la misma acusación se puede hacer a la publicidad, ya que ésta, segmenta mercados para ofertar productos y escoge audiencias o destinatarios finales de su comunicación. Por lo anterior, los que se benefician mayormente de la publicidad son los anunciantes y los que ofrecen el servicio, mientras que los destinatarios de la comunicación, se benefician de segunda mano y siempre en una posición subordinada, no pueden escoger que se les ofrece, ni dónde, ni cuándo.

Por último, al ser inquirido por la razón, de que en el paisaje urbano de Tijuana, se muestran varios letreros de clausurado sobre las carteleras publicitarias, contestó:

Tocas algo muy sensible. El problema es que para mucha gente cree que es muy fácil poner una cartelera, e instalarse, no conocen el reglamento, no es gente profesional la que lo hace. Desconocen cómo hacerlo, no se informan antes y creen porque tienen un buen terreno van a poner una cartelera ahí. El problema es no conocer el reglamento. Y a lo mejor un poquito la cultura. Pero sí muchas tienen ese problema y es muy común en esta ciudad y en nuestra cultura. Yo digo que es equivalente a todas las industrias que hay aquí en la ciudad, la única diferencia con esta industria es que esta palpable a la vista de la gente, y por eso es un problema mayor, porque tu lo vez y hablas a la DAU y presiones y lo ve mucha gente. Pero si tú te metieras a ver construcciones ya de fondo, a lo mejor también despiertan muchas cosas, pero como no hay presión y la gente no lo ve, es distinto. Entonces mientras sigan estando en la calle, a la vista de todo mundo, es algo muy visible es lo que pasa.

Para el publicista entrevistado, la ilegalidad es un aspecto presente en la cultura y en otras áreas de la actividad empresarial, sin embargo no es tan evidente como en el área de la

publicidad, ya que los sellos de clausurado se presentan a la vista de todos. Esta opinión es una pequeña muestra, de los niveles de ilegalidad con la que actúan los grupos publicitarios, al ofrecer sus servicios sin permisos del Ayuntamiento. Por otro lado, con respecto a las empresas que invaden un terreno privado e instalan carteleras clandestinamente, Luján contestó: “definitivamente todas esas empresas debe haber una actitud enérgica hacia ellas y quitar todo lo que hagan (...) yo fuera de la idea de que sean más tajantes, porque está mal hecho, y está fuera de la ley”. En el último texto, se hace evidente, que hay un trato preferencial sobre los publicistas, en tanto que uno de ellos pide que se aplique de manera enfática los reglamentos en torno a la publicidad. Resulta curioso que al tratarse de publicidad que se instala sin consentimiento de los dueños de los predios, el empresario, hace una defensa a ultranza del marco legislativo, al menos en el discurso, ya que afecta un valor fundamental para estos grupos: la propiedad privada.

### **Yo sí limpio Tijuana - Acción Antigraffiti**

En diciembre de 2007, el XIX Ayuntamiento de Tijuana presentó el programa “Yo sí Limpio Tijuana”, para la recolección de basura, en la que se invitó a la población civil a participar en la limpieza urbana, en ausencia de personal del ayuntamiento que se encontraba en paro laboral. Dicha acción, movilizó las voluntades de adeptos al partido que había ganado los comicios de ese año, y cuyo alcalde entrante tuvo que lidiar de manera emergente con el problema de la basura que inundaba las calles de la ciudad.

Uno año más tarde, el 5 de abril de 2008, el XIX Ayuntamiento comunicó que continuaría con el programa Yo Sí Limpio Tijuana incluyendo el rubro Acción Antigraffiti; a través del cual se ejerció un presupuesto de 1'100,000 pesos, para comprar pintura y utensilios que se dispusieron para cubrir las fachadas afectadas por el graffiti. Según el presidente municipal Jorge Ramos, el programa antigraffiti fue una de las principales solicitudes que recibió durante su campaña electoral. De tal manera que se invitó a la ciudadanía a aportar su mano de obra para la limpiar las calles de graffiti; mientras que a los empresarios se les invitó a amortiguar los gastos del programa.<sup>163</sup>

El programa Acción Antigraffiti, cuyo objetivo inicial fue combatir la contaminación visual, al cubrir con pintura los muros en donde se presente el graffiti; también fue propuesto

---

<sup>163</sup> Véase anexo 13.

como una alternativa para combatir la delincuencia en la ciudad. Debido a que, la práctica del graffiti urbano, es considerada desde mayo de 2003, como delito de daño a propiedad ajena, penado con multas de hasta 300 días de salario mínimo y de 3 a 6 años de prisión.<sup>164</sup> El carácter de dicho edicto, evidencia que el graffiti es visto como una agresión contra la propiedad privada y ultimadamente contra sus dueños, cuyos derechos se salvaguardan bajo la ley. Complementariamente el combate contra las expresiones del graffiti está contemplado en las políticas de prevención del delito de la Secretaría de Seguridad Pública de Baja California, por lo que continúa siendo un tema latente en la agenda de los políticos en turno.

El hecho se puede analizar bajo la lógica del don generoso, analizado por Bourdieu (2007. 179-216), por lo cual los beneficiados se obligan a reciprocarse a través del contra don. En principio el “obsequio generoso”, permitirá a los tijuaneños presentar una imagen de su localidad limpia de graffiti. Al parecer la relación es conveniente para ambos. No obstante el regalo no está exento de compromisos; el programa Acción Antigraffiti comprometió a la comunidad a colaborar con el Ayuntamiento, en la prevención del delito y la limpieza del graffiti. En los hechos, quiénes limpiaron el graffiti de las calles, no siempre fueron movilizadas por el argumento del beneficio colectivo. Por el contrario éstas fueron personas que cumplían con sanciones penales o estudiantes que pertenecían a escuelas e iglesias. Por lo que los voluntarios fueron en todo momento, personas implicadas en una relación desigual y de dominación simbólica frente a sus custodios y los funcionarios de gobierno.

Además, que las fachadas se pinten de verde olivo (color institucional del XIX Ayuntamiento) y que se acompañen de las siglas y la imagen de Acción Antigraffiti, tiene implicaciones positivas para el gobierno municipal. Como se vio anteriormente en los discursos del poder, inculcados a través de la prensa en la ciudadanía, un lugar limpio de graffiti es también un lugar libre de criminalidad. Por lo que la Acción Antigraffiti libra a la comunidad del mal social que representa el graffiti, al menos en apariencia, a la par que se les responsabiliza de la limpieza de los muros con graffiti. Al parecer en la relación, quien se ve mayormente beneficiado es el XIX Ayuntamiento y los funcionarios públicos quienes a través del programa abonan créditos a favor su capital simbólico.

El eufemismo “Yo sí limpio Tijuana”, implica que otros no lo hacen, por lo que también se puede leer: otros ensucian y afean la ciudad. Los implicados o los responsables de

---

<sup>164</sup> Véase artículo 228, de EL CPBC.

la mala imagen que proyecta la ciudad son según el nombre del programa, el graffiti y sus productores. Además que, en tanto que el graffiti se presente como imagen de la delincuencia, se corresponde que los grafiteros, sean acusados de criminales, tal como es visible en las páginas de la sección policíaca en distintos medios impresos de la ciudad.

Por consiguiente se reconoce que la labor de prevención del delito, se hace acusando a los potenciales agentes del delito. Quiénes por un efecto de sinécdoque<sup>165</sup> son responsables de la mala imagen de la ciudad. Finalmente, resulta curioso que, la policía delegue la vigilancia de las calles a los residentes. Por lo que constatamos que el don generoso de brochas, pinturas a voluntarios del programa antigraffiti, y la ciudadanía en general, funciona como un autoengaño individual y colectivo. A su vez se hace evidente que la dominación simbólica es en cierto modo inconsciente y aceptada. Esta es su doble verdad.

**Figura 7.6: Logo Yo sí limpio Tijuana. Acción Antigraffiti.**



Fuente: google maps, 2009

<sup>165</sup> En el diccionario Larousse, sinécdoque es, un tropo de dicción que consiste en designar un objeto por alguna de sus partes (cabeza por hombre), una pluralidad por algo singular (el hombre por mortales), el género por la especie (los mortales por los hombres), etcétera y viceversa.

## Las agrupaciones juveniles antigraffiti e iglesias cristianas

Las agrupaciones juveniles de la iglesia La Roca, se reúnen los domingos para los oficios religiosos, sin embargo también se reúnen para actividades de formación en grupos diferenciados por edades, los más jóvenes se reúnen en el grupo Tercer Elemento y los universitarios tienen su propio grupo. Ambos grupos participan en servicios comunitarios, coordinando acciones con el gobierno y con otras asociaciones religiosas. Como parte de estas actividades, han participado como voluntarios en campañas antigraffiti promovidas por el Ayuntamiento de Tijuana. Al parecer, a través de su adhesión a estas campañas, los voluntarios juveniles sancionan moralmente a las producciones de graffiti. No obstante, estos jóvenes también pueden tener justificaciones particulares o grupales que los impulsan a actuar contra el graffiti. Por estas razones se revisaran algunas narrativas de jóvenes de distintas edades que participan en las campañas antigraffiti.

En la opinión de un joven, de 16 años, que estudia la preparatoria, el *graffiti* y sus productores: “simplemente están manchando la ciudad, están haciendo que la ciudad se vea fea, están haciendo que este todo tipo de gente se ponga a robar y cosas así, dan una mala imagen”. Esta opinión es similar a la de otros jóvenes pertenecientes a las agrupaciones mencionadas. Por otra parte, este tipo de discurso hace una construcción social del graffiti como un elemento pernicioso para la convivencia social, a través de crear una imagen amenazante del *graffiti* vinculándolo a delincuencia y criminalidad.<sup>166</sup> Por otro lado, el discurso apela a la mala imagen que provoca el graffiti. Aquí la expresión gráfica es una acción en contra del ideal de pulcritud del paisaje urbano, que en su opinión: “lo denigra, lo empobrece y lo hace ver mal”.<sup>167</sup>

Debido a que el graffiti desde esta perspectiva es un agente que ensucia la ciudad, las soluciones que ponen en práctica estos grupos son de sanitización del paisaje urbano. A la vez que estas acciones se justifican con el argumento de la acción por el bien de la ciudad y de sus habitantes; Dicho discurso, utiliza una estrategia de universalización de la causa: “ (...) que la ciudad siga limpia, siga bien y sea esa Tijuana que todo el mundo desea y que no sea denigrada”. El mensaje implícito es que una ciudad sucia es motivo de vergüenza para sus habitantes y por ello, es necesario defendernos de la agresión.

---

<sup>166</sup> En el discurso de los empresarios se situó la misma construcción y se le nombró una estrategia de reducción.

<sup>167</sup> Este nivel también apareció en el discurso de los empresarios, reduciendo el graffiti a una expresión que demerita la imagen de la ciudad.

Por otro lado, este tipo de discurso busca encausar las expresiones gráficas o aceptar sólo las que emiten mensajes positivos: “mensajes sobre ayudar a tú crecimiento, ver a alguien haciendo algo positivo por otra persona, o que te puede ayudar a ti mismo”. También se privilegia la expresión ordenada: “Si se desarrolla en un buen lugar puede ser un mural pero si se desarrolla en un lugar donde afecte a un tercero se puede llamar vandalismo”. Aquí, la defensa del lugar propio, es entendida como una defensa de la propiedad privada: “Sí tú tienes una casa y te la rayan ves que tu casa ya no está bien, tiene algo feo, algo que se puede ver mal, entonces es como un gasto para ti”. Lo anterior, es un reclamo legítimo y recurrente en los propietarios de inmuebles afectados por el graffiti.

Otro joven del grupo Tercer Elemento, manifestó que las zonas bellas de la ciudad se relacionan con las de mayor plusvalía e inversión: “Me gusta la Chapu, me gusta la Zona Río, y me gusta el Centro, ciertas partes del Centro, no todo (...) Me gusta la Revolución se me hace una avenida muy bonita que si le han metido dinero y se ve muy bien”. Contrariamente al joven le desagrada su lugar de residencia: “Yo vivo en el Soler (...) No me gusta (...) Porque se ve mucho vandalismo se ve mucho el graffiti, se ve muchos grupos urbanos conocidos como los cholos que afectan y denigran tu lugar y tu comunidad”.

Una situación que en principio pareció peculiar es que el entrevistado, antes de participar en la agrupación juvenil de la iglesia, fue grafitero: “Rayé en el Centro, rayé en el Soler y en Playas”. Por lo que desde la autopercepción, el graffiti también: “es una manera de expresarte, es una manera de darte a entender, de decir aquí esto y es un grito desesperado tuyo de llamar la atención”. Al mismo tiempo, situado en la heteropercepción, el joven reconoce que existe una mirada exterior que tiende a evaluar negativamente a los grafiteros: “la sociedad pensaría un mal aspecto de mí, pensaría que soy una mala persona, de hecho es todo lo que el mundo piensa (con respecto a los grafiteros)”. No obstante, la dualidad que manifiesta este joven también está presente en otros jóvenes que pertenecen a las mismas redes en iglesias cristianas, lo que lleva a pensar que parte de su feligresía se conforma de transgresores conversos. Para el primer joven, la razón para dejar el graffiti fue la siguiente:

“Me salí porque ví que eso no era mi estilo de vida, ví que eso no era la forma en la que yo quería y cómo quería estar con la sociedad y desarrollarme con los demás, me sentía mal”. No obstante, afirma que mientras participó de la cultura del graffiti: “Me sentía bien me gustaba, te divertías, sentía esa adrenalina: ¡Ya llegó la policía! ¡Tienes que correr! Pero te

sentías bien, pero te das cuenta que no es un camino en el que debes seguir o en donde vas a estar toda tu vida”.

También, Fire un joven de 19 años, exgrafitero, perteneciente a la misma iglesia; manifestó cierto arrepentimiento por las consecuencias que tuvo en su vida la práctica del graffiti, sobre todo el encierro en El Centro para Menores Infractores (EL CEMI):

(...) en EL CEMI la mala vida lo que es dormir con frío, enseñarme a tumbar a la gente, porque ahí tenías que tumbar a los que venían de barbas, que son los que se quedaban por 20 horas o un ratito, o más y los sacaban pronto. (yo) Les tumbaba los tenis, los calcetines; pues ahí no nos dejaban entrar con cintos. Pero haz de cuenta, que si te portabas bien y te toca ayudar con los celadores, cuando te revisan te puedes quedar con cintos o con agujetas. Si tu traías agujetas adentro, es que: ¡estás bien cañón! Ahí las agujetas te las cambian por cigarros y los tenis te los cambian por otra cosa, ya sea por una cobija (...) tenías que tener una chacha, es un niño o un hombre que lo traías de sayo; ¡Ve y haz esto, o vete a pelear por esto! Y así, éso es lo malo que me enseñó el graffiti; todo lo que tuve que pasar para no escarmentar, en vez que saliera de mí mismo decir no y decir sabes qué, ya no quiero ir a graffitear (...) y cuándo salí me dijeron que sí quería volver y ya dije que no.

Con base en lo anterior, se reconoce que EL CEMI, es una institución eficaz para otorgar castigos ejemplares, aunque el maltrato no sea parte de los procedimientos legítimos de rehabilitación para los menores infractores.

Cuando Fire salió de esta institución, tuvo un acercamiento distinto al graffiti: “cuando eres primerizo se siente gacho vivir ese tipo de cosas, ya cuándo yo salí me empecé a juntar con batos grandes del D.H.O. que el D.H.M. (...) estos batos están bien pro porque están haciendo un graffiti diferente yo conocía el graffiti que vas a rayar, pones tu *crew*, acoplas a tus compas, y ya eso es todo el rollo. Pero, no yo estaba mirando que aquí otros dibujos, que estaban dando un mensaje, o sea haz de cuenta: ¡Cuida el agua! ¡No tires basura en la calle! (...) ellos ponían que no tacharan sus dibujos más que nada era un arte (...)”.

La situación descrita es interesante, porque los grafiteros novatos manifiestan que es difícil tener contacto con grafiteros veteranos. Es decir, los novatos pueden conocer la reputación del veterano, pero quizá no lo conocen en persona, o lo que es más importante, nunca lo han visto trabajar, por lo que tampoco pueden aprehender de él. Esta situación es

explicada por los veteranos, en relación a las pesquisas policiales, que no les permiten practicar su arte en la vía pública; aún cuando cuentan con el permiso de el propietario de un inmueble, o cuando participan en un concurso de murales, como los convocados por LA CESP;<sup>168</sup> Tal como se describió en con el mural de La Creación, los grafiteros pueden ser sujetos de aprehensión, debido a que la policía y los grupos civiles antigraffiti les tiene en un status de agentes sociales proscritos; considerando su expresión —sobre todo las letras— como elementos perniciosos para la convivencia social. Esta es la razón que ofrecen los veteranos, para explicar porque en la ciudad, hay poco vocación por el estilo y en su lugar hay mucho tagerismo.

De cualquier manera, Fire ya no se dedica al graffiti y en su lugar participa con el grupo juvenil de la Iglesia La Roca en acciones antigraffiti: “más que nada es la ayuda que se necesita aquí a Tijuana para mantener limpia las calles del graffiti, de ese tipo de graffiti que son puras letras, de los que son dame permiso y te pintó acá y te pongo un logo acá ó algo que edifique, más que nada a los morros que están en las calles, que se dedican a éso, para mí éso es el graffiti”. Finalmente Fire explica sus planes a futuro: “Yo ahorita no estoy estudiando pero ya me quiero meter a estudiar antes por andar de vago pues y andar en el graffiti y todo por eso dejé también la escuela y todo (...)”

Adentro de la misma red juvenil, Gilberto de 21 años, es artista, estudia la universidad y tiene una posición más moderada: “el graffiti realmente es un arte y los que lo practican se expresan pero de alguna forma rebelde, pero realmente es un arte en sí”. Gilberto considera al graffiti un arte, sin embargo no aprueba del todo pintar los muros sin permiso, por lo que sería preferible colocarlo en un contexto idóneo para ser apreciado como arte; por lo que fuera de ese contexto, el graffiti es: “una forma de rebelarse contra el mismo ser humano, las mismas leyes que le han impuesto”. Gilberto opina que el graffiti transforma en pequeña medida el paisaje urbano, quizá en la manera en que sus productores quieren verlo: “Me imagino que otros quieren verlo más colorido, otros quieren verlo más rudo, o con más color, una fantasía, vivir en un mundo de color, de algo hermoso, (nosotros) prácticamente tapamos los que son las malas acciones (...)”. Al pedirle que emitiera un juicio de valor sobre las expresiones del graffiti contestó: “no sé, no soy quien para juzgarlas, ellos saben porque lo hacen, solamente ellos saben”.

---

<sup>168</sup> Comisión Estatal de Servicios Públicos

## Conclusiones del capítulo

Entre los jóvenes que participan en grupos sociales, vinculados al gobierno y asociaciones religiosas, existe un juicio social fuerte sobre la carga negativa que tiene el graffiti. Para estos grupos el graffiti ensucia la ciudad, y en cierta medida se pliega a los reclamos de empresarios que juzgan que el graffiti demerita la imagen de la ciudad, en ocasiones utilizando los mismos argumentos que ellos. Por ejemplo, afirmando que el graffiti es un detonador de la violencia urbana.<sup>169</sup>

Otro aspecto a considerar es que si bien en un principio los estos jóvenes parecen estar influenciados por los argumentos de los mayores, sean estos líderes espirituales, consejeros juveniles o empresarios. No obstante, en las entrevistas, se identificó que los jóvenes también encuentran en su experiencia de vida justificaciones para plegarse a los argumentos proveídos por las instancias adultocráticas. Sobre todo, fue muy revelador, identificar en las asociaciones religiosas, jóvenes que participan en acciones antigraffiti y que también fueron grafiteros. Dicha situación puede entenderse como un intercambio de posición de transgresor a converso; puesto que, si en un principio pertenecieron a las culturas juveniles que hacen graffiti, terminaron pregonando que el graffiti es una expresión negativa y privilegian el graffiti en los murales que contienen mensajes positivos, mismos que suelen inscribirse como enunciados imperativos sobre ciertas conductas que se consideran adecuadas para la convivencia social.

El peso que tienen los grupos de interés y las organizaciones de empresarios en la vida, pública, política y económica de la ciudad, los coloca en interlocución directa con el gobierno. Además demuestra el poder que tienen estos grupos para incidir en las representaciones que proyectan a la ciudad, tanto al interior como al exterior de ella. Otro aspecto que se desenmascara en el análisis de las miradas criminalizantes es que la disposición por presentar una imagen de la ciudad libre de graffiti o de conflictos sociales no es un fin en sí mismo, sino que responde a intereses valorados tanto por los empresarios como por el gobierno en función del impacto que puede tener “la buena imagen” en los aspectos económicos, como inversión de capital y de negocios que requiere la ciudad. Entre tanto, el gobierno encuadra ideológicamente las campañas antigraffiti como una ayuda

---

<sup>169</sup> Véase “Emprenden jóvenes cristianos jornada contra el graffiti”, *Rosarito en la Noticia*, 26 de junio de 2010.

necesaria y generosa pero como se analizó, estas acciones esconden una doble verdad; la donación de materiales de limpieza, obliga a los ciudadanos a mantener las calles libres de graffiti, que es lo mismo que conservar las calles libres de representaciones de criminalidad.

Desde las perspectivas, de los grupos de interés y las organizaciones de empresarios, el graffiti aglutina a delincuentes juveniles que vandalizan la ciudad, en cambio, otras expresiones gráficas que incurren en actos ilegales, como la publicidad, no es sujeta de la mirada criminalizante, ni tampoco sus creadores. Por el contrario, la publicidad puede ser valorada positivamente como imagen del progreso y la modernidad. Al respecto, el publicista Andrés Luján, al ser cuestionado por la ilegalidad con la que operan las vallas publicitarias, prefirió referirse a otras áreas de la actividad empresarial que también operan afuera de la ley, aunque no son tan evidentes, porque no se presentan a la vista de todos, en el paisaje urbano. Esto demuestra que en los hechos, lo que importa es el lugar social que ocupa los individuos, los recursos con los que cuentan y las instituciones a las que se vinculan. Por ejemplo, las opiniones de los empresarios y grupos de interés, frecuentemente definen las características que debería presentar el paisaje urbano de Tijuana.

Además la discrecionalidad y selectividad en la aplicación de la ley por parte de los actores encargados de normar los usos de los espacios públicos., se constata en el ejemplo paradigmático del empresario José Galicot, que “por sus pistolas”, salió a pintar los puentes, porque le molestaban las expresiones del graffiti que poblaron el paisaje urbano de Tijuana hacia 1994. Lo que demuestra, que según el lugar social que ocupe un individuo, se aplican las sanciones penales. El caso referido es importante, porque según describió el empresario, en vez de ir con el juez, fue presentado ante el presidente municipal. Aunque en los hechos seguramente los patrulleros que examinaron su acción, no supieron cómo interpretarla, ya que se trataba de un adulto con una posición social importante, pintando los puentes de la ciudad. De cualquier manera, el acto de apropiación de los puentes vehiculares a través de la pintura de banderas y otros motivos, también cae en los supuestos penales que se inauguraron en EL CPBC a partir de 2003, pero que en 1994, debió haber ameritado infracciones, según EL BPBGT, pues su acción fue realizada sin permiso de la autoridad legítima que es quién custodia dichos puentes s, que son propiedad pública.

También, las organizaciones civiles antigraffiti y las agrupaciones juveniles en iglesias que participan en acciones antigraffiti, llegan a infringir el marco legal, al borrar

graffiti sin el consentimiento de los propietarios, cayendo en el supuesto penal descrito tanto en el artículo 228 como en el 228 BIS; sin que por ello los propietarios interpongan querrela. No obstante, este tipo de acciones, indica que en la práctica existe una construcción social del delincuente juvenil para quién los artículos descritos si operan. Además extrajudicialmente, la sanción autoritaria, el abuso de poder, la censura e intimidación son indicadores del nivel de ilegalidad con que la autoridad legítima castiga a los grafiteros.

Finalmente una circunstancia común entre las visiones que criminalizan la expresión juvenil del graffiti, es la intención de cooptar la expresión orginal para infundir en ella “mensajes positivos”, inhibiendo con ello su poder contestatario. Aquí la valoración negativa del graffiti sugerida por los empresarios y grupos de interés, coincide con las evaluaciones hechas por grafiteros conversos. Por lo que la cooptación de las expresiones juveniles, incluye la interiorización de los discursos hegemónicos en torno a la procuración de una imagen urbana límpida: “Nosotros limpiamos las paredes graffiteadas, limpiamos los lugares donde hay mucha basura, donde hay perros muertos y tratamos de mantener siempre limpio todo”.

## CONCLUSIONES FINALES

A través de recorridos visuales, se construyó la experiencia de la ciudad en distintas escalas, simultáneamente se ubicaron los elementos constitutivos del paisaje urbano, con especial atención en los elementos móviles, denominados expresiones gráficas o formas simbólicas en el paisaje urbano. Conceptualmente, la ciudad se representó como una totalidad, a pesar de que la experiencia fenomenológica es fragmentaria. Así mismo, se presentaron percepciones divergentes sobre el paisaje urbano, con base en la diferenciación social de los agentes que se expresan en su dermis, y le atribuyen sentidos diferenciados. Cada agente construye desde su posición social, y desde las diferencias de clase, género y generacionales, representaciones heterogéneas del paisaje urbano. Aunque según Lynch (1986) las percepciones se pueden unificar en la medida en que disminuye la diferenciación social.

No obstante, la investigación concentró esfuerzos en conocer las maneras en la que se legitima o se desacredita la circulación de formas simbólicas en el paisaje urbano, tomando en cuenta que los productores de expresiones gráficas tienen capacidades diferenciadas para significar el paisaje urbano; siendo éstas, el lugar social que ocupan, los recursos de los que disponen y las instituciones sociales a las que se vinculan. Con base en lo anterior, los resultados que arrojó esta investigación fueron los siguientes:

1. Frente al delito de daño en contra de la imagen urbana (artículo 228 BIS en EL CPBC), se da una aplicación selectiva de la ley, con mayor frecuencia en los sujetos juveniles. El efecto inmediato es la corrupción del principio legal de equidad ante la ley. A la vez que la propia autoridad legítima, hace una identificación social del delincuente, etiquetando sobre todo a los jóvenes que hacen graffiti.

Además la orientación del perfil delincencial se fabrica, a través de los discursos y las miradas de agentes sociales y grupos de interés, situados en posiciones de poder, que sin ser la autoridad legítima, acusan a los jóvenes de trastornar la imagen del paisaje urbano y reclaman la salvaguarda de los derechos de los propietarios y el respeto de la propiedad pública y privada. Dicho reclamo es legítimo, pero, como no existe igualdad de los individuos ante la ley, el trato diferencial pervierte el marco legislativo. En otras palabras,

los agentes sociales juveniles, se seleccionan como blanco tanto de las miradas criminalizantes, como de la aplicación selectiva de las sanciones penales. En consecuencia se da una construcción social del delincuente, basado en atributos de las identidades juveniles, sus expresiones, sus formas de agrupamiento y apropiación de espacios; cualidades que sirven de estigma, para desacreditarlos.

2. La legitimidad en el graffiti se presenta de dos maneras, hacia adentro y hacia afuera. Al interior de los colectivos juveniles la expresión clandestina y marginal se considera la fuente primigenia de legitimidad; sin embargo, al exterior el graffiti se legitima una vez que sus productores entran en relación con las instituciones e instancias que los acreditan fuera de su campo.

En primer lugar, la legitimidad interna está basada principalmente en una actitud iconoclasta, pero también en el cultivo de capacidades de expresión gráfica sobresalientes, misma que es reconocida por el grupo de pares, por tratarse de logros individuales que suman al prestigio del colectivo de grafiteros. Esta situación remite al status dentro de las culturas juveniles que producen graffiti, que en sus propios términos se expresa como “poner el nombre en alto”, ya sea del individuo o del grupo. En segundo lugar, la legitimidad externa está basada en el visto bueno de la autoridad legítima, mientras que los sectores dominantes, le permiten sobre todo a los veteranos, pero también a quienes buscan legitimarse como artistas, expresar sus estilos gráficos, siempre y cuando no transgredan las normas no oficiales y ambiguas impuestas por las miradas criminalizantes. Por lo que siempre existe el riesgo de la censura, o de la proscripción sustentada en la desigualdad de poderes.

A través de la legitimación externa se otorga la identificación social de artista, a ciertos escritores de graffiti, reconocidos por instancias acreditadoras de la expresión artística. Lo que a su vez tiene impactos en la posición social que juegan estos escritores de graffiti, dentro del universo diferenciador del mundo del arte. Además, en el graffiti, se da la legitimación interna, por medio de una competencia de productores que buscan hacerse visibles en el paisaje urbano; lo que genera estrategias de diferenciación entre las culturas juveniles que practican el graffiti. En este sentido, hay modos diferenciados de hacer graffiti, que en la investigación se definieron a través de un universo estilístico. Además, la competencia tiene varios niveles, y convoca una diversidad de productores, donde existen

*taggers*, bombarderos, grafitas, veteranos, escritores ilegales que cultivan el estilo salvaje, escritores que concilian con las instancias del poder, solo por mencionar algunos.

3. La respuesta social por erradicar el graffiti de la ciudad, presente en grupos de interés tales como: organizaciones civiles antigraffiti, iglesias cristianas, agrupaciones juveniles pertenecientes a ellas, iniciativas de gobierno, funcionarios públicos y organizaciones empresariales, indica que desde la perspectiva de estos grupos, el graffiti es construido como una amenaza para la ciudad, en tanto que causa daños a la propiedad pública y privada. Para estos grupos, el graffiti demerita la imagen de optimismo y prosperidad que supuestamente requiere la vida social. Aunque como se revela este reclamo también encaja con las solicitudes hechas por los empresarios, para presentar una imagen de la ciudad libre de graffiti, ya que esta expresión juvenil se asocia con la de pobreza y criminalidad urbana.

4. Otro aspecto a considerar es que la legitimidad de las actividades que tienen que ver con la circulación de formas simbólicas en el paisaje urbano, no se basan en el respeto a las leyes, aunque desde los discursos del poder, se ponga en primer plano la transgresión a los edictos, para criminalizar a las expresiones del graffiti.

La posición social que juegan los grupos de interés, se puede entender como expresiones de poder, que aún sin ser la autoridad legítima, tienen la capacidad de imponer sus criterios con respecto a los sentidos que ellos desean que proyecte la ciudad, por ejemplo: imágenes asociadas al progreso y la modernidad, así como representaciones valoradas positivamente por los grupos en el poder. Justamente, el peso que tiene EL CIT, frente al ayuntamiento y otras instituciones para incidir en el perfil que muestra Tijuana, es un ejemplo de cómo la iniciativa privada funciona en connivencia con el poder oficial. He ahí la fuente de legitimidad de estos grupos, cuyos representantes frecuentemente descalifican al graffiti, por considerarlo una expresión que demerita la imagen de la ciudad; además que desde las posiciones dominantes, siempre se hace referencia al respeto de la ley, aunque en los hechos se da una aplicación selectiva, en beneficio de ellos.

Con base en lo anterior, se deduce que los agentes sociales con poder económico y político, pueden alterar la imagen de la ciudad, mientras que la estigmatización de los grupos disidentes, les asegura un lugar social para usufructuar el espacio público, de manera privilegiada. Sin embargo, a diferencia de los grafiteros, los productores de publicidad y

propaganda siempre pueden reconciliarse con el marco legislativo y la autoridad legítima a través del pago de multas, sin que sean encarcelados por sus actos u omisiones.

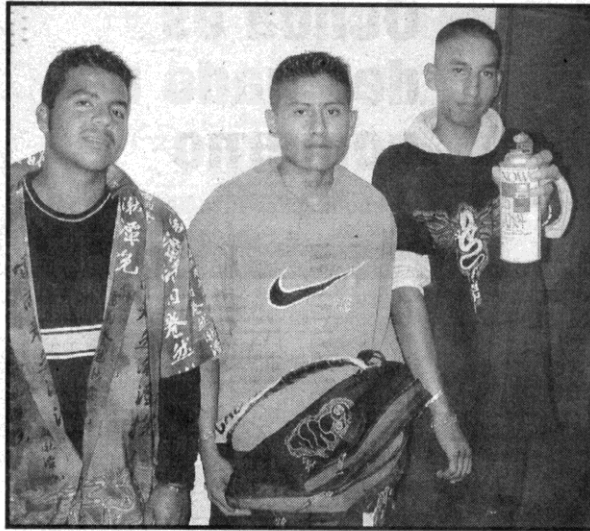
5. Finalmente, el graffiti y la publicidad, son formas simbólicas que circulan el paisaje urbano, producidas por distintos agentes sociales e impulsados por diferentes motivos. No obstante, ambas irrumpen y transforman el paisaje urbano. Estas expresiones gráficas que se presentan en la ciudad encuentran en ella una plataforma de significación, donde se generan múltiples lecturas sobre el paisaje urbano. A decir de Lynch, (1985), la ciudad es un símbolo poderoso de una sociedad compleja, que se constituye de elementos duraderos que pueden mantenerse relativamente estables y elementos móviles que cambian constantemente. Además, como producto cultural, la ciudad es construida por varios agentes que constantemente modifican su forma.<sup>170</sup> Aunque, como explica Claval (1999, 252): “no todos los miembros de una sociedad detentan la misma capacidad de dejar su huella en el espacio porque no dominan las mismas tecnologías y no tienen la misma capacidad para innovar, los mismos recursos, ni los mismos derechos”. En este sentido, la investigación llevada a cabo indica que la ciudad como espacio socialmente producido, es también un símbolo que expresa las desigualdades sociales.

---

<sup>170</sup> *Íbid.*

## ANEXOS

### Anexo 1: Llamado a afectados a denunciar a grafiteros



Jorge Rodríguez, Juan Salinas y 'Willy' Pérez, los tres de 16 años, grafitaban en la colonia Murúa; fueron detenidos por policías municipales.

### *Debe hacerse al ser detenidos*

## Llamado a afectados a denunciar a grafiteros

TIJUANA.- El secretario de Seguridad Pública, Martín Domínguez Rocha llamó a quienes son afectados por los grafiteros en sus inmuebles, a que denuncien a esos vándalos ante el ministerio público, cuando son detenidos por agentes de la policía municipal.

Explicó que en lo que va del año, más de 600 personas que se dedican a esa actividad, han sido detenidas por elementos de la Dirección de Policía y Tránsito Municipal, comisionados a la Unidad Antigrafitti.

Sin embargo, lamentó que muchos de quienes han sido puestos a disposición de la autoridad correspondiente, han sido liberados en unas cuantas horas, a causa de que los afectados, no se han presentado a hacer cargos contra esos vándalos.

"Esta actividad va en aumento, porque los afectados no levantan querrela por los daños que son causados a sus inmuebles, lo que provo-

ca que los grafiteros sigan ensuciando la ciudad", advirtió el funcionario municipal.

Recordó que la Unidad Antigrafitti fue creada ante el incremento de casos que se han reportado en las seis delegaciones, así como para promover acciones ciudadanas

en contra de esa modalidad de delincuencia urbana.

Recordó que entre los grafiteros que han sido detenidos, la mayoría han sido remitidos a la Estancia Municipal de Infractores, otro tanto al Consejo Tutelar y, los menos, al Ministerio Público

del Fuero Común y al Ministerio Público.

Cuando se detiene a una persona en flagrancia, se turna al Ministerio Público por la comisión del delito de daño en propiedad ajena, aunque "si los dueños del inmueble no ponen la querrela, se tipifica como falta administrativa que se resuelve con pago de una multa". (pms)

**'No hacerlo evita que se les sancione como corresponde': Martín Domínguez**

## Anexo 2: Distribución de espectaculares por empresas en Tijuana

Núm.	Nombre de la empresa con espectaculares	Cantidad de espectaculares
1	Anuncio de la Frontera	4
2	Anuncio e Imagen	24
3	Anuncios Técnicos Moctezuma	5
4	Arthurs And Alberts Exterior	6
5	Atisa SA de CV	6
6	Cartelera y Neón Espectaculares, Cynesa	20
7	Desarrolladora Zona Libre SA de CV	9
8	Difusión Panorámica SA de CV	12
9	ESM Publicidad SA de CV	3
10	Expo Comercial SA de CV, Muratek Vallas	10
11	Expographics SA de CV	11
12	Gastélum	2
13	Gaxiopsa	48
14	Grupo Bustamante SA de CV	6
15	Grupo Rentable SA de CV	3
16	Hormiga Verde SA de CV	1
17	Industrias Innovadores en Proceso	4
18	Impactos y Frecuencia Cobertura de Medios SA de CV	37
19	Intermediación Publicitaria SA de CV	37
20	Jesús Manjarrez	2
21	JH Publicidad, Williams	9
22	La Greca	4
23	Letreros Espectaculares	3
24	Metromundo SA de CV	14
25	Medios PPI SA	14
26	Parque Industrial Pacifico	1
27	Promo Medios SA de CV	5
28	Publivia SA de CV	1
29	Publimedios Group PMG	1
30	Ramón de la Vega	5
31	Raksa, Anuncios y Servicios Zamora	11
38	Admon. y Serv. Inmob. SA de CV	1
39	Jovita Gtez. Morado	1
40	H. Ayuntamiento	1
41	Ángel Fernández Margain	1
42	Rafael Carrillo Barrón	1
43	Instituto José Vasconcelos	2
44	Parque Industrial El Florido	2
	<b>TOTAL</b>	<b>654</b>

Fuente: Semanario Zeta #1863, del 11 al 17 de diciembre de 2009.

## Anexo 3

### **PROPAGANDA DE PARTIDOS POLITICOS**

**Artículo 53.-** Los rótulos, anuncios y similares de carácter político, quedarán regulados en forma especial, durante las campañas electorales de los Partidos Políticos registrados, y en el tiempo que se desarrollen éstas, por virtud de lo cual quedarán sujetos bajo la regulaciones siguientes:

Conforme a las disposiciones sobre propaganda política previstas por las Leyes Estatal y Federal Electoral;

B.- De acuerdo a los términos y condiciones que se establezcan en los Convenios que se celebren entre las Comisiones Electorales y el Ayuntamiento, previo al inicio de cada campaña electoral en lo relativo a los rótulos, anuncios y similares de carácter político;

C.- Los Convenios y acuerdos que se celebren entre las Comisiones Electorales (Federales o Estatales) con el Ayuntamiento, deberán de adoptar necesariamente como limitantes y prohibiciones en cuanto a evitar la instalación de rótulos, anuncios o similares de carácter político en los sitios o lugares que a continuación se pasan a mencionar:

I.- Donde obstruyen señalamientos de tráfico primarios

II.- Donde obstaculicen la visibilidad del tráfico vehicular

III.- Donde obstruyan rótulos de locales comerciales establecidos

IV.- Pintarlos o pegarlos en bardas, cercos o cualquier edificio público

V.- En áreas verdes, camellones, glorietas, parques, etcétera.

VI.- No pintar ni colorear propaganda sobre árboles, elementos de ornato, monumentos, murales, pinturas, etcétera.

D.- En los convenios que se celebren con las Comisiones y el Ayuntamiento, deberá establecerse la obligación por parte de los Partidos Políticos registrados, de remover íntegramente su propaganda una vez que hubiesen culminado los comicios, quedando en libertad el Ayuntamiento dentro de un término no mayor de quince días posteriores a ellos de remover la propaganda como escombros o basura para su disposición final en beneficio de la limpieza de la ciudad;

E.- En el tiempo en que se desarrollen las campañas políticas, los rótulos, anuncios o similares de carácter político, se habrán de sujetar a las disposiciones del presente Reglamento.

Fuente: El Reglamento de Rótulos Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana, Baja California

## **SEVERO CASTIGO A QUIENES DAÑEN LA IMAGEN URBANA CON GRAFFITI**

**TIJUANA.-** Severo castigo hasta por miles de pesos se aplicará a quienes dañen la imagen urbana mediante el graffiti. Esto, de acuerdo a la reglamentación municipal en materia de graffiti, al ser acumulables todos aquellos daños que haya ocasionado el graffitero. El titular del Área Penal de la Consejería Jurídica Municipal, Ramón Alejandro Angulo Segovia, explicó que dado que los graffiteros estampan una especie de firma, a través de dicha rúbrica se les puede contabilizar los daños que ocasionan, aunque sea en diferentes partes de la ciudad. De esta manera, al acumularse los ilícitos, la pena a que se harán acreedores será notablemente más fuerte, que si se les juzgara por una sola graffiteada, abundó el funcionario. Un caso típico de lo anterior se registró el pasado 10 de julio al presentarse ante la Agencia del Ministerio Público del Fuero Común cinco denuncias en contra del presunto graffitero Jorge Alejandro Sánchez Romero, por la comisión del delito de daño contra la imagen urbana. Ello, en perjuicio de cinco puentes propiedad del Ayuntamiento de Tijuana, siendo dichos inmuebles los identificados como El Florido, Clouthier, Cuauhtémoc, Independencia y Negro, cuyo costo para su reparación asciende a 30 mil 927 pesos. En el entendido que se está a la espera de la valorización de daños por parte de Obras Públicas Municipales, en relación a diversos graffitis ocasionados a tres puentes más propiedad del Ayuntamiento de Tijuana, para efecto de presentar denuncias correspondientes. **TODO UN CONSUMADO GRAFFITERO** Un parte policiaco ilustra con precisión el caso Jorge Alejandro Sánchez Romero: El 9 de julio a las 16:40 horas en un recorrido de vigilancia a bordo de la unidad 2911 sobre la avenida Revolución entre calle Cuarta y Quinta de la Zona Centro, a la altura del comercio Sexy Shop in the City, se encontraba una persona del sexo masculino graffiteando la pared lateral del lado derecho de dicha negociación. Al advertir la presencia

policiaca, el individuo aceleró la marcha a pie, dándole alcance metros más adelante al que dijo llamarse Jorge Alejandro Sánchez Romero de 19 años de edad, a cuyos pies estaba una arma blanca tipo navaja con cacha de plástico de color negro de aproximadamente nueve centímetros de hoja. Y en la mochila que traía colgada en el hombro derecho se le encontró en el interior un bote de pintura en aerosol de color negro. Al realizar una revisión ocular en la pared de la negociación Sexy Shop in the City se encontró plasmada la palabra Trago en letras color negro aún frescas al tacto. Tras la presentación de Sánchez Romero al juez municipal en turno, éste ordenó se turnara el caso a la Agencia del Ministerio Público del Orden Común. Está pendiente de valorizar los daños materiales en la pared de la negociación. El ahora asegurado manifestó de viva voz pertenecer al Club DMK que significa Decorando México Kabrones y que él personalmente había graffiteado todos los puentes del municipio de Tijuana y de Rosarito. Así como diferentes comercios y casas habitación, como el salón de eventos ubicado sobre la 5 y 10 Castillo Quinta Reynoso, la Distribuidora de Carne El Florido, puente de la garita de Otay, puente Negro, puente El Florido, puente Clouhtier, puente Cuauhtémoc, puente Independencia, Cecut, la Nissan, las bodegas Cerepus, S. de R.L. de C.V., ubicadas en la Vía Rápida Oriente. Al estar elaborando el presente informe llegaron varias partes reportante, las de nombre Arturo Reynoso Andalón de 60 años de edad, propietario del Salón Castillo Quinta Reynoso; Adolfo Mora, propietario de las bodegas de la Vía Rápida Oriente; el coordinador de proyectos especiales del Cecut, Jorge Enrique Medina Padilla. También, Ramón Alejandro Angulo Segovia, titular del Área Penal de la Consejería Jurídica Municipal del XIX Ayuntamiento de Tijuana y el delegado de La Presa, Eduardo Cano, quienes manifestaron que todos ellos pasarían a la Agencia del Ministerio Público del Orden Común para presentar su querrela correspondiente por los daños de graffiti.

## **CODIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA**

**Fecha de publicación: 29/08/2003**

**Categoría: DECRETO**

**Proceso legislativo: EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

H. CONGRESO DEL ESTADO

EXPOSICION DE MOTIVOS

Mexicali, B.C., a 20 de Mayo de 2003.

INICIATIVA DIPUTADOS (GRUPO PARLAMENTARIO DEL PAN)

- EL C. DIP. TERRAZAS SILVA: Con su venia diputada Presidente, compañeras y compañeros diputados, H. Asamblea. Con fundamento en los artículos, 110, 111, y 115 de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado, así como los artículos 27 y 28 ambos en su fracción I de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California, me permito someter a consideración de ésta soberanía INICIATIVA DE REFORMA QUE ADICIONA EL ARTICULO 228 DEL CODIGO PENAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA, bajo la siguiente:

### **EXPOSICION DE MOTIVOS**

La juventud en todas las latitudes de nuestro país, ha utilizado un sin número de formas para manifestar sus inquietudes, ideas, miedos, reclamos, exigencias y talentos, en ocasiones es a través de la práctica de algún deporte, de actividades culturales, pero en el peor de los casos es a través de la organización de pandillas, que canalizan esas energías en actos vandálicos que destruyen la imagen de una ciudad. El graffiti es una conducta social, que ha invadido las paredes de todas las ciudades de nuestro Estado, denotando que parte de nuestra juventud ha destinado sus energías a la delincuencia que destruye y deteriora con sus pintas, los bienes muebles e inmuebles que forman el patrimonio de cientos personas, ocasionando molestia y frustración en aquellos que se ven afectados, al no encontrar al responsable que pague por los daños causados. El daño a la imagen urbana, llamado también graffiti como suele conocerse, es una conducta que tiende a afectar la presentación material y visual de la propiedad pública y privada; este daño, es un foco rojo que debemos atender; puesto que es el vandalismo el que se manifiesta con la finalidad de expresar la pertenencia del territorio de quienes lo practican; incluso, suele advertir que la vecindad, barrio, colonia o lugar, son zonas francas para el ejercicio de la delincuencia, dado que las condiciones de las mismas, son un indicador de criminalidad; que muestra los débiles lazos de pertenencia entre los individuos del lugar con la sociedad. Mediante el graffiti la juventud busca un nivel de aceptación, protagonismo o algún tipo de reconocimiento a costa del patrimonio ajeno, al creer que retan y se burlan de las autoridades y de las personas; especialmente, cuando la agresión recae en bienes en que por su ubicación, visibilidad, significado o representación son de gran importancia para las personas o para la imagen de nuestra Entidad.

Es importante reconocer el esfuerzo realizado por las autoridades de la localidad en sus respectivos ámbitos de competencia, ya que se han ocupado por diseñar programas para orientar correctamente las diversas aptitudes de los jóvenes; pero este esfuerzo no ha sido suficiente para erradicar el problema del graffiti; lo que nos lleva como legisladores pensar en la necesidad de medidas más severas para castigar el daño estético de bienes tanto públicos como privados, así como en la indispensable promoción de la participación social para afrontar y resolver este problema que tanto nos aqueja. Baja California, no es sólo un lugar de encuentro para nuestra gente sino también, para emigrantes y turistas.

Fuente: página web de El Congreso del Estado de Baja California.

### Anexo 6: Diálogo en el Bazar de Expresión Urbana

CLAVE	LUGAR	ACTORES	PLANOS / OBSERVACIONES	DIÁLOGO/ DISCURSO VERBAL
Policía	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	Pastor señala los <i>tags</i> y dobles que se ven en el fondo. Atención a movimiento de brazo: bajo mi ala.	P: argumento para trabajar en coordinación IMAC + SSPM. P: presenta a A como modelo de conducta. A: defiende a productores de graffiti. E: Cada quién tiene su construcción del arte
Policía 1	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	Pastor al centro del cuadro, gesticulación con las manos. Señala a grafiteros, sube mano señal de NO.	(P interrumpe a E) P: Yo no estoy peleado con el arte. Yo he visto como los niños de 12 y 13 tratan de ser como Alfredo y se pierden. Por ver a alguien pintando sin máscara de protección. A: El porcentaje de gente que pinta con aerosol y es drogadicto es bajísimo, es como en otras profesiones.
Policía 2	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	gesticulaciones ¿intransigencia del policía? ¿manera de expresar el control?	P pregunta a E ¿tú en qué te especializas? E: comunicación P: Yo no sé nada de comunicación, pero yo vivo la realidad de la policía, (además) la estadística que tú tienes en tu ámbito cultural no ves lo que yo veo Alfredo.
Policía 3	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	Sharim aparece atrás de Pastor, gestos, aparecen manos de E, y P las toca y se las detiene.	P: A dos morros que les das un cigarro (uno que grafitea y otro que no) y les dices fúmenle los dos. El primero fuma y ni gestos le hace y el otro tose. E: Yo conozco muchos artista que usan aerosol y no son drogadictos P: Niña permítame, yo soy el que sabe, he visto y he vivido.
Policía 4	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	P dirige sus mandos hacia SH y A	P: Argumento de coordinación entre instituciones P: Contra ellos (otros grafiteros) el mejor ejemplo lo tengo presente, Ellos están haciendo cosas correctas (SH y A). SH: ése mismo trato lo queremos para los jóvenes que van iniciando. P: ¡Que practiquen en su casa!
Policía 5	Pasillo Plaza Ejecutiva Bazar de Expresión Urbana	P: Pastor T: Tere S: Sharim SH: Shente A: Alfredo E: estudiante	P dirige sus manos y mirada a T, S y E, apunta hacia graffiti. Luego dirige manos a SH y A, gesto de > ¡Espérate!; luego señal de NO.	P: No hablo en general, dije que hay, yo los he tratado y su mentalidad es de EGO, buscan un reconocimiento Si (O.K.), pero para qué (PROPÓSITO): que tú pandilla crezca, que el PND sea el más levantado, que el DMC siga rifando de aquél lado. Encima de cualquier otra clicas que esté ahí cerca, del 23 Y 33 clicas... Hay confrontaciones a muerte, morros que por esto se han matado. Lo tengo documentado A: pero eso ya es otra cosa, más del barrio. P: graffiti y barrio van de la mano.

Anexo 6: Diálogo en el Bazar de Expresión Urbana				
CLAVE	LUGAR	ACTORES	PLANOS / OBSERVACIONES	DIÁLOGO/ DISCURSO VERBAL
Policía 6	<p>Pasillo Plaza Ejecutiva</p> <p>Bazar de Expresión Urbana</p>	<p>P: Pastor</p> <p>T: Tere</p> <p>S: Sharim</p> <p>SH: Shente</p> <p>A: Alfredo</p> <p>E: estudiante</p>	<p>T aparece AL centro de cuadro y S asiente. <i>tags</i> y dobles al fondo.</p>	<p>T: arguye otras dimensiones, trasfondo psicológico, alusión al entrono en donde crecieron, donde se formaron</p> <p>P: ¿el entorno familiar?</p> <p>T: Así es, pero vamos a lucha contra una realidad, entonces vamos a tratar de hacer lo que dice Sharim, vamos a sumarnos.</p> <p>P: Como se quería en un principio.</p> <p>T: Así es.</p>
Policía 7	<p>Pasillo Plaza Ejecutiva</p> <p>Bazar de Expresión Urbana</p>	<p>P: Pastor</p> <p>T: Tere</p> <p>S: Sharim</p> <p>SH: Shente</p> <p>A: Alfredo</p> <p>E: estudiante</p>	<p>P domina el cuadro, hasta que S le toca el hombre, luego dirige mirada a la cámara. T sonríe.</p>	<p>P: Yo puede proveerles muchas cosas, que ustedes necesitan, la seguridad .No necesitas ni hacer oficio, a mi nomás me hablas, yo les mando patrullas para que no les roben y que no vengan vándalos. Yo soy comandante.</p> <p>S: Le voy a tomar la palabra ya dijo y está documentado.</p>
Policía 8	<p>Pasillo Plaza Ejecutiva</p> <p>Bazar de Expresión Urbana</p>	<p>P: Pastor</p> <p>T: Tere</p> <p>S: Sharim</p> <p>SH: Shente</p> <p>A: Alfredo</p> <p>E: estudiante</p>	<p>S habla con T pero no hay audio, mientras P habla con E y luego P asiente la cabeza y se dan la mano, E sale del cuadro. Finalmente S da la mano a P, y hace seña de dedos arriba.</p>	<p>P: De que esté todo dañado y vandalizado, mejor nosotros les damos paredes y difusión. Aunque sólo puedo conseguirles pintura de vez en cuando. El presidente me dijo dales las paredes que tú quieras.</p> <p>E: Que bueno que nos conocimos para hacer proyecto en conjunto, tengo su número y gracias</p> <p>P: A sus órdenes señorita</p> <p>T: Gracias</p> <p>S: Ahí estamos a la orden.</p> <p>P: Habla con éstos morros ¿no?</p>

Elaboración propia con base en material videograbado el 17 de octubre 2009.

Anexo 7:



Fuente: Fotografía de Alfonso Lorenzana

Anexo 8:



Fuente: Fotografía de Alfonso Lorenzana

# Tu ciudad es un patrimonio que compartimos



## y cuidar su imagen es tarea de todos

**PINTAR, MODIFICAR O RAYAR UNA PROPIEDAD SIN CONSENTIMIENTO, ES GRAFITI VANDÁLICO Y REPRESENTA UN DELITO.**

No ensucies ni dañes lo que no te pertenece,

**DI NO AL GRAFITI**



Este programa es público, ajeno a cualquier Partido Político, queda prohibido su uso para fines distintos al desarrollo social

Anexo 10:  
Acta de turnación al Ministerio Público del Orden Común

200

Oficio: T01/641/2003  
Expediente: ARCHIVO  
Asunto: Turnación al M.P.O.C.  
Fecha: 26 de Marzo de 2003

ANIEL BOBARELA ITURRIOS  
JEFE DE SECCION ANTIGRAFITI  
PRESENTE SECCION PATRULLA  
ZONA CENTRO

ANTECEDENTES: Por medio del presente nos permitimos informar a Usted, que siendo aproximadamente las 17:00 Hrs. Al efectuar nuestro recorrido de vigilancia a bordo de la Unidad 2968, La Central De Radio indicio nos trasladamos al Blvd. Agua Caliente a la altura del No. 3034 de la Col. Aviación, Para hacernos entrega de tres personas del sexo masculino por estar Graffitiando una pared. Por lo cual nos acercamos al lugar.

INTERVENCION PREVENTIVA: Ya una vez en el lugar el C. DAVID SOLIS JUSAINO, Presidente de la Agrupación Graffiti Buster, nos hizo entrega de el de Nombre; GERARDO OROZCO MEDRANO de 21 años de edad, Alias el "MODE", de la Agrupación HEM (Hecho en México) el cual nos informo que tenia permiso del Señor Virgilio Garcia Diaz, para pintar la pared propiedad de Lineas de Transporte Urbanos y Sub- Urbanos de Baja California, S.A. Verde y Crema, de la cual es representante legal, para graffitiar ( UN PAR DE MANOS Y VARIAS LETRAS EN TERCERA DIMENSION) pero al momento no contaba con el permiso escrito, ya que lo había dejado en su casa por lo cual procedimos a asegurarlo y abordarlo a la Unidad Patrulla en compañía de VICENTE ISRAEL ELISONDO DE LA CRUZ de 28 años de edad, Alias " El Shente" y al de nombre ALEJANDRO RAMIREZ MACHUCA de 24 años de edad, Alias " EL Shex" ambos pertenecientes a la agrupación H.E.M. Asi mismo cabe hacer mención que al momento del aseguramiento se les encontro en posición ( 75 ) tapones, para pintura spray, ( 2 ) cubetas de 17 litros cada una, una de color café y otra color Azul Agua, ( 5 ) botes de un galon, uno de color Azul, uno de Color Verde, uno de color Café y dos de color Rojo, una mascara para gases de Marca 3M, Color Gris, ( 6 ) Rodillos usados, ( 3 ) charolas para pintura y ( 85 ) botes de pintura en Aerosol de 12 onzas cada uno, de diferentes colores y marcas, por lo cual nos trasladamos a estas oficinas para hacer del conocimiento a la Superioridad asi como al C. Juez Municipal en turno quien indicio se formulara el presente informe ante la Agencia del Ministerio Público del Orden Común.

VICTIMAS: No se tuvo conocimiento.

DAÑOS MATERIALES: Pendientes de valorizar para la pared de transportes Urbanos Verde y Crema.

COMPLEMENTARIAS: Se hace mención que se anexan al presente los articulos asegurados antes descritos asi como las notas medicas a nombre de los hoy asegurados con Numeros 84386, 84387, 84388. Asimismo cabe hacer mención que el hoy asegurado de nombre; GERARDO OROZCO MEDRANO, hizo mención que el Señor Solis, y como cinco personas que lo acompañaban al momento de asegurarlos los golpearon y revisaron su vehiculo sin su consentimiento y ha decir de él, había daños en su vehiculo ocasionados por las personas de Graffiti Busters.

Intervinieron en los hechos:

- \* Nombre: VICENTE ISRAEL ELISONDO DE LA CRUZ sexo: MASCULINO de 28 años de edad, con domicilio en INFONATIV LOMAS DEL PORVENIR [PRESUNTO RESPONSABLE].
- \* Nombre: GERARDO OROZCO MEDRANO sexo: MASCULINO de 21 años de edad, con domicilio en CALLE 9 NO. 9877 COL. LIBERTAD PARTE ALTA [PRESUNTO RESPONSABLE].
- \* Nombre: ALEJANDRO RAMIREZ MACHUCA sexo: MASCULINO de 24 años de edad, con domicilio en SANCHEZ TABOADA [PRESUNTO RESPONSABLE].

El C. Juez Municipal en Turno LIC LUIS HUMBERTO CRUZ NEVARES al tener conocimiento de los hechos, indicio se formulara el presente informe; se anexa folio de determinación num. 834

Lo que nos permitimos informar a usted para lo que a bien tenga ordenar.

ATENTAMENTE  
LOS CC. OFICIALES TRIPULANTES DE LA UNIDAD 2968  
4399 BAHENA CONTRERAS SEMMANUEL y 4361 TERAN DELGADO CAROLINA DEL ROCIO

Mecanografiado por: Mary Ponce \*

----- ACUERDO.- En Tijuana, Baja California, a los veintiseis días del mes de Marzo de dos mil tres, VISTA la cuenta que antecede, el suscrito LIC. MARIA SOLEDAD AGUIÑE, Agente del Ministerio Público Investigador de Delitos, ACORDO: Toda vez que el análisis de la documentación a que se refiere la cuenta de referencia quedó demostrado que los indiciados, no fueron detenidos en flagrancia, en

Fuente: M.P.O.C.

ADICIONES

# 'Publicitan' drogas mediante graffiti

Revela la unidad especial contra este delito que sigue sin control en la ciudad y que va en aumento, con nuevas modalidades para evitar ser detenidos

POR LUIS GERARDO ANDRADE  
landrade@frontera.info

El graffiti ha dejado de ser un simple acto de vandalismo para convertirse en una forma de "publicidad" para adictos.

De simples "placas", como se conocen entre los jóvenes las pintas, la nueva modalidad es que sirven para indicar los lugares donde se pueden comprar drogas, en donde habrá fiestas para personas que las consumen y hasta el sitio exacto de las casas de citas.

Jorge Alcántara, jefe de la Unidad Antigraffiti de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal (SSPM), señaló que por medio de dibujos animados y símbolos conocidos sólo por los graffiteros es como logran llegar a su "selectivo" mercado.

Los dibujos de personajes tienen una función importante para indicar dónde se realizarán las fiestas y hasta qué droga se podrá conseguir.

## PROBLEMA SOCIAL

El graffiti es un problema de gran impacto para cientos de empresas y particulares en Baja California, al grado de ser el único Estado en México donde es considerado un delito (daños en propiedad ajena).

Por lo regular la caricatura es de una persona con aspecto de pandillero que está cantando o tocando una consola, si tiene los ojos abiertos quiere decir que se venderá "crystal", así como "tachas".

Si tiene los ojos caídos significa que habrá marihuana, explicó el jefe policiaco.

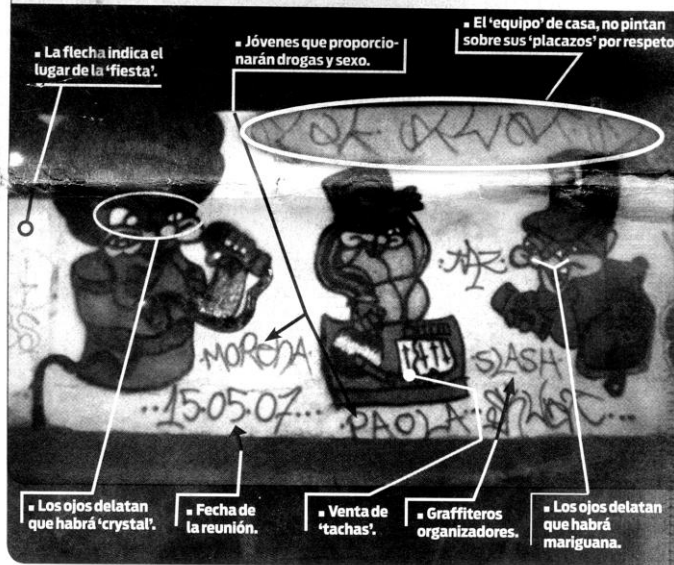
"A mí me gustaría que la gente sepa que los dibujos son utilizados como la mejor forma de señalar todo esto, y muchos padres de familia no se dan cuenta de eso porque sólo observan unos dibujos animados", dijo el oficial.

## PROSTITUCIÓN

Con relación a la prostitución, es por medio de la figura de un corazón como se publicita los lugares en donde se ofrece servicios sexuales, adentro del dibujo se coloca

## ANUNCIAN SUS 'FIESTAS'

Cada caricatura tiene un significado, incluso las palabras sueltas son parte de un código para indicar lo que habrá en la 'fiesta', cómo y con quién.



## Esfuerzo sin resultados

A pesar de los cambios legales para tratar de controlarlo, el problema del graffiti en Tijuana sigue siendo un problema creciente.

### Crecen denuncias...

**258** denuncias de enero a junio del 2006

**317** denuncias de enero a junio del 2007

### ...y los detenidos también

**648** detenidos de enero a junio del 2007.

el "placazo" de la persona que se está ofreciendo y hasta de qué sexo es, ya que también

## '¡Pus nomás!'

>El graffiti continúa siendo el delito menos incomprensible, ya que la mayoría de los jóvenes que son detenidos contestan de la misma manera cuando se le pregunta el por qué rayan las paredes: '¡Pus no más!'.

Yuleima "N", de 16 años, es proveniente de una familia estable que radica en Estados Unidos, pero es de origen mexicano, fue detenida en Tijuana hace un par de semanas "plaqueando" junto con sus

primas que viven en esta ciudad, aceptó que lleva 2 años dedicándose a graffitear y a inhalar aerosol para drogarse.

### ¿Pero por qué lo haces?

"Pues no losé, pues a lo mejor lo hago porque me siento bien, vivo en Estados Unidos, estoy en Tijuana pasando las vacaciones y pues ya tengo rato rayando allá y aquí; pues no sé por qué lo hago; nada más lo hago", dijo Yuleima.

- LUIS GERARDO ANDRADE

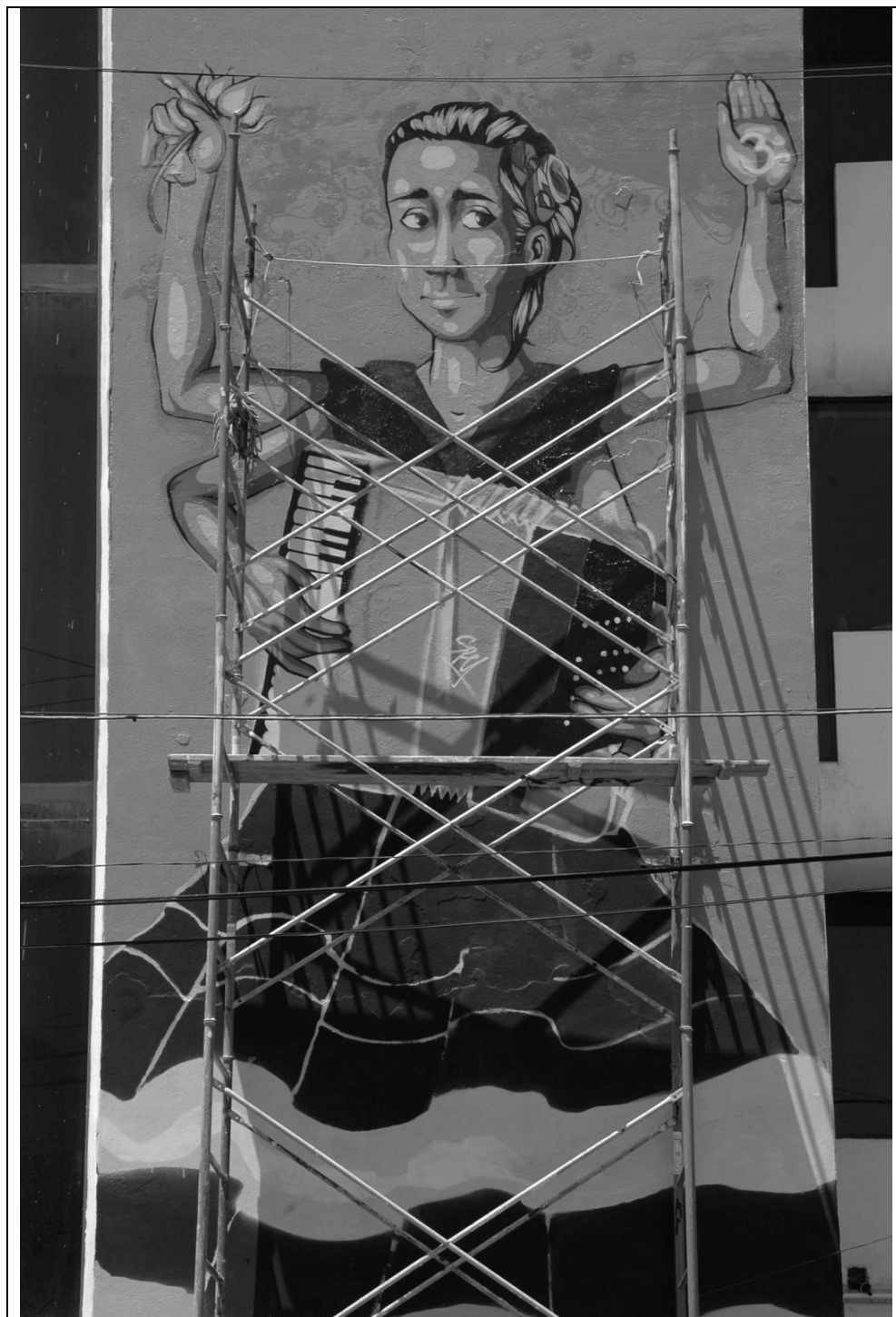
hay hombres que se dedican a esta actividad.

Uno de los cambios importantes que se ha observado en los graffiteros es que ya andan en automóviles y no a pie, como lo hacían antes.

El jefe de la sección muni-

cipal Antigraffiti comentó que los métodos para evitar ser detenidos por la Policía también se sofisticaron, pues ahora en vez de chiflidos utilizan plumas de rayo láser para dar aviso al compañero que está haciendo la pinta.

Anexo 12  
Mural de Spel con carácter de Julieta Venegas, por Spel



Fotografía propia durante trabajo de campo

## **INICIA ALCALDE JORGE RAMOS CAMPAÑA CONTRA EL GRAFFITI**

Comunicado Número " 1" del día 4/5/2008

\*Inicia segunda etapa del programa Yo Sí Limpio Tijuana

### **\*Invierten un millón 100 mil pesos en plan para embellecer la ciudad**

Tijuana, B.C. 5 de abril de 2008.- El alcalde Jorge Ramos inició este día la campaña "Acción Antigraffiti" del programa Yo Sí Limpio Tijuana, con el objetivo de mejorar la imagen de las colonias, escuelas, hospitales y espacios públicos de la ciudad y rescatar esas áreas de la inseguridad.

El presidente municipal arrancó esta segunda parte del programa de limpia acompañado de 500 habitantes, entre niños, jóvenes, mujeres y hombres, del conjunto habitacional Lomas Verdes, quienes se sumaron a pintar las bardas y fachadas de su colonia.

Anunció que la inversión para esta etapa contra el graffiti será de un millón 100 mil pesos, los cuales están contemplados en el presupuesto, pero se espera que los empresarios colaboren para disminuir ese costo.

"El programa antigraffiti es una de las principales demandas que recibí en el periodo de campaña electoral y también recientemente en las jornadas contra la basura, por lo que serán ocho semanas continuas en las que iremos a las colonias a pintar", comentó el alcalde Jorge Ramos.

Expuso que entre las acciones a realizar para sacar adelante a la ciudad está la de constituir comités de vecinos y hasta la fecha ya se han formado 400 en la ciudad, de los cuales cinco tomaron protesta este día en el evento de Acción Antigraffiti.

"Con ellos vamos a trabajar en este programa, pero también he invitado a niños y jóvenes a limpiar la ciudad, porque es muy importante para la seguridad mantener los espacios en limpio y que no tengan contaminación que genere un ambiente propicio para la violencia", expresó.

Añadió que se instaló el Comité Antigraffiti y que éste dará seguimiento al programa y además involucrará a los jóvenes en actividades distintas para que ya no contaminen la ciudad.

El presidente municipal advirtió que paralelamente a esta campaña, se ejercerá la autoridad y se va a aplicar el reglamento municipal para aquellas personas que rayen las paredes, por lo que giró instrucciones para que todo aquel graffitero que sea detenido se le remita al ministerio público.

"Tenemos que entrarle por la parte coercitiva de la autoridad y en conjunto con la parte preventiva atacamos la problemática por dos vías", concluyó.

En el arranque de la campaña Acción Antigraffiti acompañaron al alcalde el director de Participación Ciudadana, Manuel González Reyes; el delegado de La Mesa, Luis García; el jefe de la Sección Antigraffiti de la Policía Municipal, Pastor Marín, la jefa del Comité de Vecinos de Lomas Verdes, Carmen Carcomo.

Fuente: <http://www.tijuana.gob.mx>

### **Bibliografía Consultada:**

- Bourdieu, Pierre, 1997. Razones prácticas, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre, 1998. La Distinción: criterio y bases sociales del gusto, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre, 1999. Meditaciones Pascalianas, Ediciones Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre, 2000. Cuestiones de Sociología, Ediciones Akal, Madrid.
- Bourdieu, Pierre, 2007. El sentido práctico, Argentina, Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre, 2008. Argelia. Imágenes del desencanto, México, COLMICH-CEMC.
- Castleman, Craig, 1982. Getting up: Subway graffiti in New York. E.U., MIT.
- Claval, Paul, 199. La geografía cultural. Buenos Aires, Edeuba.
- Collier, John y Collier Malcom, 1987. Visual Anthropology: Photography as a Research Method. E.U.: University of New Mexico.
- Cruz Salazar, Tania, 1007. “Cotizados vándalos y novatos: Graffiteros en Ciudad de México”, en Revista Jóvenes, Núm 27. México Enero-Junio.
- Debrouse, Olivier, 2005. “De regreso”, en Exit-México, edición especial. Salamanca: Olivares y Asociados y Difusión Cultural U.N.A.M.
- Esteinou, Rosario, 2005, “La juventud y los jóvenes como construcción social”. En Marta Mier y Terán y Cecilia Rabell (Coord.) Jóvenes y niños: un enfoque socio-demográfico. IIS-Universidad Autónoma de México, FLACSO y Porrúa Editores.
- Feixa, Carlos, 1998, “De las culturas juveniles al estilo” En El reloj de arena. Culturas juveniles en México, México, SEP-Causa Joven (Jóvenes, 4).
- Mark Ferem y Amir H. Fallah, 2007. Bathroom Graffiti .E.U. Mark Batty Publisher.
- Galí Boadella, Montserrat, 2005. “Las trampas de la imagen”, en Imágenes e investigación social. Memoria del congreso de imágenes e investigación social. México, Instituto Mora.
- Ganz Nicholas, 2004. Graffiti, Arte urbano en los cinco continentes. Barcelona, Ed. GG.
- Ganz Nicholas, 2006. Graffiti, Graffiti mujer. Barcelona, Ed. GG.
- Gaytán Santiago, Pablo, 2000. “Sombras cromáticas en el archipiélago urbano. Pintas, tags, graffiti”. Revista de estudios sobre la juventud, año IV, núm. 11.
- González Ordovás, Mosé María (et al), 1998. El malestar urbano en la gran ciudad. Madrid: Talasa Ediciones y Fundación Cultural COAM.

- Hall, Stuart, Jefferson, Tony (*et al*), 2008. "Subcultura, culturas y clase". en Pérez Islas, J., Valdés González M., (ed.) *Teorías sobre la Juventud, una Mirada de los Clásicos*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Harvey, David, 1989. *The Urban Experience*. Gran Bretaña: The John Hopkins University Press.
- Johnson, Richard (*et al*), 2004. *The Practice of Cultural Studies*. Londres. SAGE Publications.
- Lee, Martyn, 1997. "*Relocating Cultural Geography, the Specificity of Place and the City Habitus*" en *Cultural Methodologies*, McGuigan, Jim (ed.), Londres: Sage Publications.
- Lorey, David, 1999. *The U.S.-Mexican Border in the Twentieth Century*. E.U.: Scholarly Resources Inc.
- Lynch, Kevin, 1985. *La imagen de la ciudad*. México: Ed. Gustavo Gili.
- Melleiro, M. y Gualda M., 2005. "La fotovoz como estrategia para la recolección de datos en una investigación etnográfica." *Ciencia y Enfermería* XI (1).
- Moffatt, R, 1996. *Population History of Western U.S. Cities & Towns, 1850–1990*. E.U.: Scarecrow, 1996, 54.
- Ovalle Marroquín, Lilian Paola, 2005. *Muros: Códigos Restringidos*. México: CEC Museo. UABC.
- Padilla, Aantonio, 1985 "*Desarrollo urbano*" en Piñera, David (coord.), *Historia de Tijuana: semblanza general*. Tijuana: Centro de Investigaciones Históricas UNAM-UABC.
- Pérez Islas, José Antonio. "*Integrados, movilizados, excluidos. Políticas de juventud en América Latina*". En Feixa Carlos., Costa Carmen., Pallarés Joan. (eds.), 2002. *Movimientos juveniles en América Latina*. Pachucos, malandros, punketas. Barcelona: Ed. Ariel.
- Piñera, David, 1985. "*Inicios de Tijuana como asentamiento urbano*", en Piñera, D. (coord.), *Historia de Tijuana: semblanza general*. Tijuana: Centro de Investigaciones Históricas UNAM-UABC.
- Phillips, Susan, 1999. *Wallbanging, Graffiti and Gangs in LA*, E.U., The University of Chicago Press,
- Silva, Armando, 1993. "*La ciudad en sus símbolos una propuesta metodológica para la comprensión de lo urbano en América Latina*". En Heck, M. (coord.), *Grandes metrópolis de América Latina*, Sao Paulo: Fundación Memorial de América Latina y F.C.E, 1993.
- Ruby, Jay, 1996. "*Visual Anthropology*". In *Encyclopedia of Cultural Anthropology*, David Levinson and Melvin Ember, editors. New York: Henry Holt and Company, vol. 4, 1996.
- Reguillo Cruz, Rossana, 1991. *En la calle otra vez*, Guadalajara: ITESO.
- Reguillo Cruz, Rossana, 1996. *La construcción simbólica de la ciudad: sociedad, desastre y comunicación*. Guadalajara: ITESO.
- Reguillo Cruz, Rossana, 1998. "*El año dos mil: ética, política y estéticas: imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano*". En Margulis, M. (et al), *Viviendo a toda máquina*, Bogotá, Universidad Central.

Reguillo Cruz, Rossana, 2000. "Emergencia de Culturas Juveniles, estrategias del desencanto". Ed. Norma, Buenos Aires.

Reguillo Cruz, Rossana, 2003. "Jóvenes y estudios culturales, notas para un balance reflexivo", en Valenzuela M. (coord.), "Los estudios culturales en México", México: F.C.E.

Rodriguez Chumillas, Isabel, 2006. "El encierro en la frontera norte", en Rodriguez Chumillas I. (et. al.), Espacio urbano, exclusión y frontera norte de México. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

Rossi, Aldo, 1981. La arquitectura de la ciudad. México: Ed. Gustavo Gili.

Sennett Richard, 2006. La cultura del nuevo capitalismo, Editorial Anagrama, Colección Argumentos, Barcelona:

Tanzer, Helen, 1939. The Common People of Pompeii: A Study of the Graffiti, Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Valenzuela Arce, José Manuel, 1988. ¡A la brava ése!, México: El Colef

Valenzuela Arce, José Manuel, 1991. Empapados de sereno. El movimiento urbano popular en Baja California :1928-1988. México: El Colef.

Valenzuela Arce, José Manuel, 1997. Vida de barro duro: cultura popular y graffiti, México: UDG - El Colef

Valenzuela Arce, José Manuel, 1997, "Culturas juveniles: identidades transitorias", Jóvenes. Revistas de Estudios sobre Juventud 1, núm. 3 (enero marzo), cuarta época, México, S.E.P., C.I.E.J, pp. 12-35.

Valenzuela Arce, José Manuel, 1998. El Color de las Sombras, México: Plaza Valdés.

Valenzuela Arce, José Manuel, 1998 /2002, "Identidades Juveniles", en Viviendo a toda: jóvenes. territorios culturales y nuevas sensibilidades. Margulis, Mario (et al) Bogotá: Siglo del Hombre Editores. Departamento de Investigaciones Universidad Central.

Valenzuela Arce, José Manuel, 2008, "Juventudes demediadas: desigualdad, violencia y criminalización de los jóvenes em México" mimeo.

Valenzuela Arce, José Manuel, 2009, El futuro ya fue. Socioantropología de l@s jóvenes en la modernidad. México: El Colef y Casa Juan Pablos.

Zukin, Sharon, 1991. Lanscapes of Power: From Detroit to Disney World. E.U.: The University of California Press.

Williams Raymond, 1994. Sociología de la Cultura, Barcelona: Ed. Paidós, 1994.

#### **Internet:**

Castro, A, 2004. "Expresiones urbanas públicas en Ciudad Juárez. El caso del graffiti: Perspectiva institucional versus percepción juvenil".

<http://www.uacj.mx/ICSA/Investiga/RNIU/pnencias%20pdf/Pon.%20Alberto%20CAstro.pdf>  
(Acceso en Octubre 30, 2008).

Benefiel, R, 2009, *Uncovering the Graffiti of Pompeii*  
<http://www.wlu.edu/x34628.xml>  
(Acceso en Octubre 31, 2009).

De Diego, J, 1997 La estética del graffiti. Departamento de Historia del Arte, Universidad de Zaragoza.  
<http://www.scribd.com/doc/19507805/La-Estetica-del-Graffiti-en-la-Sociodinamica-del-Espacio-Urbano>  
(Acceso en Octubre 19, 2009).

McBride, J, 2007. “*Hip Hop Planet. National Geographic*”.  
<http://ngm.nationalgeographic.com/2007/04/hip-hop-planet/mcbride-text.html>  
(Acceso en Noviembre 4, 2008).

José Alejandro Pujol Manríquez, Director de Prevención del Delito, de la Secretaría de Seguridad Pública del Estado de Baja California.  
[http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/chat/transcrip\\_10.jsp](http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/chat/transcrip_10.jsp)  
(Acceso en Noviembre 6, 2009)

Primer Informe de Gobierno, XIX Ayuntamiento Municipal de Tijuana.  
<http://www.tijuana.gob.mx/1erInforme/informe.asp>  
(Acceso en Noviembre 6, 2009)

[http://taniacandiani.com/pp/2\\_habita\\_intervenido2008.pdf](http://taniacandiani.com/pp/2_habita_intervenido2008.pdf)  
(Acceso en Noviembre 18, 2009).

[http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio\\_tijuana/](http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio_tijuana/)

Comunicado de prensa, 2008: “Inicia alcalde Jorge Ramos campaña contra el graffiti”, *H. Ayuntamiento de Tijuana*, 5 de abril, en:  
<http://www.tijuana.gob.mx/webpanel/comunicado/comunicadoCompleto12.aspx?IdComunicado=2353>  
(Acceso en ,Diciembre 03, 2009).

Redacción 2009, “Festival de Expresión Urbana”, Tijuana Eventos, 9 de febrero en:  
<http://www.tijuanaeventos.com/sonidero/musicon/150-festival-de-expresion-urbana>  
consultado el 6 de noviembre 2009.

Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Tijuana 2002-2025, pp. 115-116.  
<http://www.tijuana.gob.mx/Dependencias/Implan/PDUCPT.asp>  
(Acceso en ,Diciembre 03, 2009).

[http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio\\_tijuana/](http://www.bajacalifornia.gob.mx/rio_tijuana/)

### **Periódicos:**

Miguel Cervantes Sahagún, 1993, “Las pintas llegaron para quedarse”, *semanario Zeta*, Tijuana, del 10 al 16 de septiembre, p.40A-41.

Redacción Zeta, 1994, “Lista de algunos grafiteros”, *semanario Zeta*, Tijuana, del 28 de enero.

Héctor Castillo Berthier, 1994, “Tijuana lugar en donde inicia la patria”, *semanario Zeta*, Tijuana, del 27 de mayo, p. 18B.

Francisco Navarro Fausto, 2003, “Dos mil quinientos grafiteros plaquean Tijuana”, *semanario Zeta*, Tijuana, del 16 al 24 de abril.

Avilés Gregorio, 2003, “Habrá cárcel a graffiteros”, *periódico Frontera*, Tijuana, 12 junio, p. 01.

Luis Gerardo Andrade, 2007, “Publicitan drogas mediante graffiti”, *Periódico Frontera*, Tijuana, 19 de agosto, p. 01.

Redacción, 2003, “Llamado a afectados a denunciar a grafiteros”, *Periódico El Mexicano*, Tijuana, 4 de septiembre.

Javier Cruz Aguirre, “Concesiones amañadas”, *Semanario Zeta*, No. 1872, del 12 de febrero de 2010, pp. 42-A, 43-A.

#### **Periódicos en línea:**

Vigía y Cía, 2005, “Invasión nocturna”, *Frontera*, Tijuana, 27 de diciembre, en <http://www.frontera.info/buscar/traernotanew.asp?NumNota=376433> consultado el 8 de octubre 2008.

Ana Cecilia Ramírez, 2007, “Amanecen anuncios espectaculares”, *Frontera*, Tijuana, 16 de abril, en <http://www.frontera.info/buscar/traernotanew.asp?NumNota=487518> consultado el 8 de octubre 2008.

David Maung, 2007 “Tijuana Photos”, Sing on San Diego, 4 de junio en [http://photos.signonsandiego.com/tijuana\\_graffiti\\_01](http://photos.signonsandiego.com/tijuana_graffiti_01) consultado el 2 de febrero 2010.

Ana Cecilia Ramírez, 2007, “El 10% está irregular”, *Frontera*, Tijuana, 22 de agosto, en <http://www.frontera.info/buscar/traernotanew.asp?NumNota=508908> consultado el 8 de octubre 2008.

Lucía Gómez, 2008, “Clausuran vallas de publicidad”, *El Mexicano*, 31 de enero, en <http://www.el-mexicano.com.mx/nota.aspx?idNota=293287&SeccId=4&esSecc=True> consultado el 8 de octubre 2008.

Redacción, 2010, “Emprenden jóvenes cristianos jornada contra el graffiti”, *Rosarito en la Noticia*, 26 de junio en <http://rosaritoenlanoticia.blogspot.com/2010/06/emprenden-jovenes-cristianos-jornada.html> consultado el 6 de julio 2010.

#### **Referencias:**

Larousse, 2008, “sinécdoque”, *Pequeño Larousse Ilustrado*, Colombia, Ed. Larousse, p. 930.

**Reglamentos:**

- “El Reglamento de Rótulos, Anuncios y Similares para el Municipio de Tijuana, Baja California”, Periódico Oficial No. 40, Sección II, del 11 de diciembre de 1992, tomo XCIX.
- 
- “Iniciativa de reforma al Artículo 228 del Código Penal para el Estado de Baja California”, Decreto No. 189, de la H. XVIII Legislatura Constitucional del Estado de Baja California. Periódico Oficial del Estado de Baja California, del 24 de marzo de 2006, tomo CXIII, No. 13, pp. 5-6.
- Folleto del Grupo Antigraffiti de la Secretaría de Seguridad Pública Municipal, XIX Ayuntamiento de Tijuana.

- Bando de Policía y Gobierno para el Municipio de Tijuana, Baja California, disposiciones generales:

<http://www.tijuana.gob.mx/Reglamentos/RAdmon.Centralizada/3BandoPoliciaYGob.asp>

- Programa de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Tijuana 2002-2025:

<http://www.tijuana.gob.mx/Dependencias/sedum/pducpt.asp>

- “Iniciativa de reforma al Artículo 228 del Código Penal para el Estado de Baja California”, Exposición de motivo ante el H. Congreso del Estado de B.C. por grupo parlamentario del PAN. Mexicali, B.C., a 20 de Mayo de 2003.

<http://www2.scjn.gob.mx/legislacionestatal/UnProcLeg.asp?nIdLey=6370&nIdRef=37&nIdPL=1&cTitulo=CODIGO%20PENAL%20PARA%20EL%20ESTADO%20DE%20BAJA%20CALIFORNIA&cFechaPub=29/08/2003&cCateg=DECRETO&cDescPL=EXPOSICION%20DE%20MOTIVOS&iEdo=2>

(consultado el 8 de febrero 2010)

- Karla Munguía, 2010, “Sistema integral de justicia para adolescentes y su análisis comparativo”, Congreso Reforma Integral de Justicia Penal, 9 de marzo, en

[http://www.congresopuebla.gob.mx/docs/Mesa5/10\\_Sistema\\_integral\\_de\\_justicia\\_para\\_adolescentes\\_y\\_su\\_analisis\\_comparativo.pef](http://www.congresopuebla.gob.mx/docs/Mesa5/10_Sistema_integral_de_justicia_para_adolescentes_y_su_analisis_comparativo.pef)

(consultado el 12 de julio 2010)