



N.º 3 | Diciembre de 2006

De los graffiti, las expresiones personales y la izquierda ñoña

Fernando Labaig

De los graffiti, las expresiones personales y la izquierda ñoña

Resumen

La proliferación de graffiti es una característica de los entornos urbanos desde hace un par de décadas. Con un repertorio limitado y una actitud poco respetuosa con los demás, los autores de graffiti se apoyan en la libertad de

expresión para defender su actividad. El victimismo de que hacen gala es objeto de análisis en las siguientes páginas.

Palabras clave

diseño, gráfico, ciudad, espacio, público, privado.

De los graffiti, las expresiones personales y la izquierda ñoña

La defensa de los *graffiti* que más he escuchado por parte de mis alumnos, y hay que tener en cuenta que en la Escuela donde imparto clase las pintadas cubren paredes, puertas, baños, escaleras, taquillas, ventanas, sillas, mesas, etc. es que prohibirla sería censurar un modo de expresión. El argumento tiene su miga. Para empezar contiene ese victimismo que tanto halaga a los que se creen inconformistas. Pero si rascamos un poco más lo que nos encontramos es una dosis importante de megalomanía. Una cosa es prohibir el decir algo o hacer algo y otra muy distinta el que sea obligatorio pregonar a los cuatro vientos cualquier cosa que se nos ocurra. Decía Ortega y Gasset que hasta los más inteligentes sólo los son a ratos. Razón por la que las personas inteligentes no pretenden que todo lo que se les pase por la cabeza deba ser hecho público, y soportarán como puedan la pequeña vergüenza de que las personas más cercanas conozcan las tonterías que alguna vez se les escaparon en la intimidad. La idea de un mundo inundado por las infinitas majaderías que se nos pueden ocurrir a los humanos, amplificadas en un escenario público hasta ensordecernos, me parecería escalofriante si no fuera porque imagino que no sería demasiado diferente a lo que ya estamos viviendo. Ahora bien, dado que en la mayoría de los casos no hay mensaje, al menos no un mensaje concreto, solo una imagen, de lo que tal vez estaríamos hablando es de una censura estética. Es obvio que plantearlo de esta forma no tiene ningún sentido. El fondo del asunto no tiene nada que ver con la censura, al menos no con la idea habitual de censura. Para comprender la cuestión a fondo y no desde la perspectiva ansiosa de un joven que considera que todo lo que se le ocurre o hace debe ser conocido por el resto de la humanidad debemos reflexionar sobre el problema del uso del espacio público.

El espacio público

Lo característico de la ciudad frente al mundo rural no es el tamaño de las poblaciones sino el hecho de que las relaciones que generan todos los días los encuentros fortuitos por las calles se dan entre personas que no se conocen entre sí. Todos son los otros no los míos, no son mi familia, ni mis amigos, son extraños. Posiblemente alguien se lamenta de la inhumanidad que esto supone sin darse cuenta de que es la base de la democracia. Richard Sennett¹ nos narra la evolución de las ciudades en el siglo XVIII de esta forma: "Cuando las ciudades crecieron, y desarrollaron sistemas de sociabilidad independientes del control real directo, crecieron también aquellos lugares donde los extraños podían llegar a relacionarse de forma regular. Ésta fue la era de la construcción de

1. Es importante fijarse como, en el párrafo citado, Sennett señala que los sistemas de sociabilidad eran controlados anteriormente por el rey. SENNETT, R. (1976) El declive del hombre público. Barcelona. Ediciones Península. Es importante fijarse como, en el párrafo citado, Sennett señala que los sistemas de sociabilidad eran controlados anteriormente por el rey.

parques urbanos masivos, de los primeros intentos de hacer que las calles se adaptaran al propósito específico de los paseos como una forma de relajamiento. Fue la era en la cual los salones de café, luego las cafeterías y las posadas se transformaron en centros sociales; en la que el teatro y la ópera se abrieron al gran público...". Esta evolución permitió que personas de distinto rango se pudieran encontrar en un lugar neutro, en el que los dos eran iguales, simples viandantes². El individuo de una democracia es el ciudadano, el habitante de la ciudad, aquel que es igual, independientemente de que sea de mi familia o mi clan, porque le considero mi igual aunque me sea un extraño.

La ciudad es un inmenso caos de acciones coordinadas o contrapuestas. Existen una serie de normas que intentan poner orden en esa intrincada red de relaciones, algunas las pretende imponer la autoridad, por ejemplo, en el metro que es un lugar muy significativo de las relaciones entre extraños se nos indica que debemos pagar para ser un usuario bajo la amenaza de multa o de forma más leve que: "Antes de entrar dejen salir"; en otros casos las normas son producto de una autorregulación de los propios individuos que deben resolver las dificultades sobre la marcha, como evitar el choque de unos contra otros o aceptar cierto contacto físico inevitable en ciertas situaciones pero procurando al mismo tiempo no mirar fijamente a los ojos de quien tenemos pegado a nosotros para no incomodarle, etcétera. Algunas de estas conductas se transforman en reglas menos automáticas pero que nadie ha escrito como dejar el sitio a un anciano o a una embarazada. Por supuesto, nada impide que alguien incumpla todas las reglas desde las explícitas que impone la autoridad como colarse sin pagar, hasta quien va dando empujones o no cede el asiento a quien lo necesita.

Manuel Delgado³ opina que la autorregulación depende de una premisa esencial para toda ética social, es lo que a veces llamamos respeto. Existe un permanente conflicto entre lo que el poder quiere imponer para regular la vida social y el resultado del caos autorregulado que es la sociedad. Pero tanto la acción de las autoridades hacia la sociedad como las acciones individuales respecto a sus conciudadanos deberían atenerse a esa cualidad básica e irrenunciable de la sociabilidad.

La distancia que marca el respeto viene señalada por los límites de la privacidad. Nadie parece desear ceder parcelas de su privacidad pero como decía José Luis Pardo⁴ lo privado deriva de lo público. Sólo en la medida que el consenso social nos conceda el mantener ciertos límites dentro de los cuales los demás renuncian a actuar o a hacerse presentes sin nuestro permiso, nuestra privacidad podrá existir. Si una acción judicial nos envía a la cárcel, la sociedad habrá decidido revocar esos límites y, de inmediato, nuestra privacidad se volatiliza. La privacidad no es una adquisición individual sino una concesión de los demás.

La falta de respeto

La sociedad actual nos coacciona para que nuestro propio cuerpo se convierta en soporte publicitario a través de la ropa que vestimos. En otros tiempos el convertirse en hombre anuncio hubiera sido considerado una humillación terrible, hoy ya ni nos fijamos. Aunque el ámbito comercial ha invadido una decisión privada como es la ropa que vamos a llevar puesta y aparentemente lo aceptemos la verdad es que nuestro supuesto consentimiento no es tal. Nos hablan de la libertad porque podemos ir a una gigantesca tienda especializada en ropa deportiva a elegir entre decenas o cientos de marcas distintas pero apenas existe la opción de no convertirnos en hombre anuncio. Sólo si nos conformamos con cualquier cosa, es posible que tengamos alguna oportunidad de conseguir una zapatilla sin su logotipo y así evitar convertirnos en parte de la estrategia de marketing de una empresa de calzado.

2. En este magnífico libro Berman analiza la novela de Dostoievsky "El hombre del subsuelo" donde un hombre vive lleno de rencor porque siempre que se encuentra con un superior, al que odia, se aparta para cederle el paso, pese a que considera que en la calle no está obligado a ello. Es pues un ejemplo de cómo un conflicto tradicional encuentra un nuevo planteamiento por la creación de un nuevo espacio público más democrático. BERMAN, M. 1991. Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad. Madrid. Siglo XXI Editores.

3. DELGADO, M. (1999) El animal público. Barcelona Editorial Anagrama

4. PARDO, J. L. (1996) La intimidad. Valencia. Editorial Pre-textos

www.paperback.es

De la misma forma el espacio público, es decir de todos, se va privatizando en manos de quien tiene el dinero suficiente para comprarlo, de manera que la calle se convierte en una explosión agobiante de mensajes de empresas privadas que han comprado esos espacios públicos. Hay que recordar que una de las miles de picias del anterior alcalde de la ciudad de Madrid fue colocar unos quioscos de base circular por todas las esquinas como soporte publicitario. En algunos casos el espacio que dejaban entre el ya excesivo mobiliario urbano era tan angosto que impedía totalmente la circulación de las personas.

Este tipo de despropósitos parecen avalar la acción defensiva del ciudadano que comienza a emitir sus mensajes mediante las pintadas. Ahora bien, ¿se atiende la respuesta al respeto necesario?

No creo que ningún *grafitero* admitiese que yo decidiera utilizar su camiseta para hacer pintadas amparándome en mi derecho a expresarme. Él querrá llevar su ropa como mejor le parezca y no como yo haya decidido.

De la misma forma, el dueño de una tienda o una casa tendrá derecho a mostrarla al público como desee. Yo vivo en una casa antigua, el portal tiene una puerta de madera de grandes dimensiones. Hubo que rehabilitar el edificio y la puerta sufrió un costoso proceso que la dejó limpia, barnizada y al gusto de los vecinos. No pasaron muchas semanas antes de que alguien “con necesidad de expresarse” plantara su amorfa e ininteligible firma con un rotulador.



Guerrilla urbana

Existen superficies sin dueño donde podría empezar a plantearse una intervención respetuosa y, al mismo tiempo, combativa. Pero no es fácil generalizar, porque lo propio del respeto es dejar con las mismas opciones al que viene detrás. Si alguien toma la palabra deberá dejar tras de sí el silencio para que el siguiente pueda hablar. Esto no ocurre cuando alguien hace una pintada porque impide volver a pintar en el mismo sitio y en las mismas condiciones. A lo que hay que añadir que para dejar limpia la superficie han de invertirse unas cantidades de dinero que se nos obliga a pagar a todos los contribuyentes, lo que me parece un abuso considerable. En caso contrario, que la superficie quede para siempre con la pintada, el *grafitero* habrá privatizado para su propio uso un espacio público. Lo que resulta intolerable.

Sin embargo existen ciertos lugares que el uso ha consagrado como propios para esta actividad, paredes de ladrillo de locales abandonados, muros que dan a solares, etcétera y que son espacios efímeros que permiten una intervención no tan impositiva. Por ejemplo, enfrente de mi casa existe un lugar de este tipo y que siempre ha sido utilizado para colocar carteles anunciadores. Hace unas semanas y aprovechando en parte las imágenes de los carteles colocados, un par de *grafiteros* crearon una obra, en mi opinión muy interesante. Desgraciadamente a los dos días de terminada la pintada, comenzó la reapropiación del lugar por las empresas comerciales que pegaron los primeros carteles. Una vez abierta la veda en pocas horas desapareció todo. Lo preocupante no es el hecho de que una obra con vocación de efímera desaparezca sino que siempre sean los

intereses comerciales y no el libre fluir de conversaciones entre ciudadanos lo que haga desaparecer la obra.

Autorregulación versus Política

Manuel Delgado considera que la *polis*, es decir el poder político debe limitarse a “procurar paisajes francos para esa espontaneidad autorregulada”⁵ He ahí un eterno debate entre regulación y libertad. La propuesta de Manuel Delgado parece razonable, pero cuando uno intenta aplicarla a los casos concretos todo resulta bastante confuso.

¿Debería existir alguna ley que limitara la invasión de lo privado en lo público? Parece razonable ¿Hay que aguantar el mal gusto de los demás? Pues a veces resulta difícil, pero ya se sabe la democracia quiere decir que la opinión del más estúpido o más inmoral tiene el mismo valor que la de un sabio ¿Debería, al menos, canalizarse la espontaneidad (tanto de un *grafitero* como de un comerciante) en un molde aceptable estéticamente? ¿Pertenería tal responsabilidad a los diseñadores gráficos? Reconozco que esta posibilidad me produce bastante inquietud. Añadir a los comisarios de las exposiciones un comisariado político-estético que decida como debemos mostrarnos en público da mucho que pensar.

Cualquier directriz que ahogue la espontaneidad resulta peligrosa. Pongamos por ejemplo algo que hace tan feliz a nuestra izquierda como conservar nuestro patrimonio cultural y nuestra identidad. El tema identitario desconoce la esencia democrática de la ciudad, su anonimato. Claro que en las rebajas ideológicas en que vivimos las paradojas son constantes. La izquierda que siempre fue internacionalista ahora está muy preocupada por la diferencia local. Pero lo que importa es darse cuenta de que esas ideas aparentemente aceptables nos llevan a un callejón sin salida. Se dice que debemos luchar contra lo que nos imponen las multinacionales, pero los mismos que dicen eso están en contra de que el antiguo alcalde de Madrid (nunca más acertado lo de antiguo) imponga el chotis en todas las fiestas pues prefieren escuchar *rock&roll*. ¿Acaso no deberíamos utilizar una tipografía como la Times o la Helvética por ser extranjerizante?

En una ciudad como Salamanca se ha impuesto a todos los comerciantes el uso de una tipografía que se ha considerado como la propia del lugar. ¿Debería obligarse a los *grafiteros* salmantinos a hacer sus pintadas con la tipografía institucional de la ciudad? En las que algunos denominan no-ciudades⁶ actuales gran parte de lo que es el centro histórico se ha convertido en un simple decorado. La arquitectura y el urbanismo de las no-ciudades no crean soluciones a necesidades como en su momento fueron la construcción de una capilla para las necesidades religiosas o una cárcel para instalar a la población reclusa. Hoy estos edificios pueden ser un restaurante y un centro cultural. Las no-ciudades ofrecen ilusiones para cumplir los deseos sobre como nos gustaría que hubiera sido la ciudad. Barcelona es tanto Gaudí como las infraviviendas en las que sobrevivían los obreros de la época, pero lo primero forma parte de la identidad deseada de la ciudad lo segundo no. En Madrid los defensores de las identidades son menos que en otros lugares pero aun así deberían haberse opuesto a cualquier cambio de la M-30, no por razones ecológicas o de otro tipo parecido, sino porque la M-30 forma parte importantísima de la identidad de la ciudad en los últimos treinta años. Sin embargo no lo han hecho. Si la razón es su fealdad entramos en el problema del gusto. ¿Por qué no es valido el gusto por el chotis o la escultura de “la violetera” de nuestro antiguo alcalde? ¿Cual debe ser el criterio que debe organizar el caos? ¿O es mejor el caos?

El caso de las firmas

La inmensa mayoría de las pintadas son firmas y esto es una característica del fenómeno verdaderamente peculiar. Desde siempre la gente ha firmado cuando ha estado en algún lugar

5. DELGADO, M. (1999) El animal público. Barcelona Editorial Anagrama

6. El término, aunque con significados que varían según los autores, fue creado por el sociólogo francés Marc Augé. VARIOS AUTORES (2004) La arquitectura de la no-ciudad. Pamplona. Universidad pública de Navarra.

“fulanito estuvo aquí en tal fecha”. Se intentaba dejar huella de un hecho concreto. No recuerdo bien la anécdota pero Byron y algún otro famoso de la época bajaron al interior de un edificio de la antigua Roma que acababa descubrirse en unas excavaciones y estaba siendo desenterrado. Con escaso respeto según la perspectiva actual, estamparon su firma en las paredes. Hoy, claro, su firma es tan venerada como el resto de las ruinas. El impulso de aquellos hombres era el de crear algo material que perdurara para recordar un hecho singular, no existía la fotografía. Pero la firma actual no pretende ser singular sino todo lo contrario. Existe una competencia por conseguir hacer cuantas más y más visibles mejor. La firma no es signo de algo que tiene una determinada importancia pues nada nos dice de quien lo hace, sino que es importante sin más, el signo resulta hueco, un puro simulacro de comunicación.

Podría pensarse en su valor plástico y eso nos mete nuevamente en los problemas del gusto y allá cada uno. Pero, si hacemos caso a Umberto Eco, el *kitsch* es el resultado de producir una obra en la que se utiliza el efecto por el efecto, sin propósito ulterior. Desde esa perspectiva no existe ejemplo más extremo de *kitsch*, que las pintadas con sus brillos, resplandores y contornos repetidos una y otra vez en distintos y chillones colores para subrayar y volver a subrayar el mismo hueco.

El objetivo de la competencia entre distintos *grafiteros* por ver quien consigue hacer más firmas y en lugares más llamativos e inaccesibles tiene por único objeto la fama, hacerse un *grafitero* conocido. Vemos como el vacío del mensaje se corresponde con el vacío de la acción en sí misma, cuyo objetivo es ser conocido no por alguna causa buena o mala sino por serlo sin más, como una acción intransitiva que carece de ningún sentido más allá. Lo que supone el mismo fenómeno, aunque se mueva en otros ámbitos, que el tan denostado famoseo de los programas del corazón.

Desde un punto de vista psiquiátrico podríamos pensar que es una desesperada afirmación de la identidad pero la identidad es una narración de nuestro pasado y un proyecto hacia el futuro nunca algo fijo y muerto. Si alguien afirma que todo lo que puede decir de sí mismo es su nombre y que no tiene nada más de importancia que contar sobre su pasado, sus deseos u opiniones, aunque sólo sea el viejo corazón atravesado con la flecha y el nombre de la persona amada; si alguien está en una situación de indigencia personal tan aguda que solo puede ofrecer la cáscara vacía de su nombre me parece extremadamente preocupante y le recuerdo que cuando no hay nada que decir es mejor callarse.

Cómo citar este artículo

LABAIG, Fernando (2006) “De los graffiti, las expresiones personales y la izquierda ñoña”.
paperback nº 3. ISSN 1885-8007. [fecha de consulta: dd/mm/aa]
<http://www.paperback.es/articulos/labaig/gaffiti.pdf>

www.paperback.es



Fernando Labaig Fuertes

Profesor de Artes Plásticas y Diseño en la especialidad de Medios Audiovisuales en la Escuela de Arte nº 10. Ha desarrollado también una importante trayectoria docente en la Escuela de Letras.

labaig@tiscali.es