

# Intervención del espacio público: percepción ciudadana del grafiti en la ciudad de Ibagué, Colombia

**Ángela María Lopera Molano**  
Universidad de Ibagué  
angela.lopera@unibague.edu.co

**Patricia Coba Gutiérrez**  
Universidad de Ibagué  
patricia.coba@unibague.edu.co

## Cómo referenciar este artículo:

Lopera Molano, Á. M.; Coba Gutiérrez, P. (2016) Intervención del espacio público: percepción ciudadana del grafiti en la ciudad de Ibagué, Colombia. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 14 (01), pp. 55-71  
DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v14i1.669>

## RESUMEN

*Este artículo de investigación<sup>7</sup> presenta el análisis realizado en la ciudad de Ibagué sobre las dinámicas de intervención del arte callejero en el espacio público, teniendo en cuenta los procesos de conformación de colectivos juveniles, la relación entre grafiteros y entes gubernamentales, y la percepción de la ciudadanía sobre esta práctica urbana. Estas dinámicas de intervención empezaron a ser estudiadas en junio de 2013, en una investigación más amplia que contempló dos etapas: la primera orientada a la revisión de la normatividad sobre espacio público y arte callejero, y al análisis de contenido de las noticias publicadas sobre el tema en el periódico local, El Nuevo Día. La segunda etapa correspondió a la aplicación de encuestas a los habitantes de la ciudad y entrevistas a jóvenes grafiteros.*

**Palabras clave:** *grafiti, arte urbano, espacio público, espacio urbano, juventud.*

---

**Recibido:** agosto 6 de 2015 / **Aceptado:** diciembre 5 de 2015

---

<sup>7</sup> Artículo producto de la investigación titulada "Intervención del espacio público a través del grafiti en la ciudad de Ibagué". La investigación hizo parte del Programa de Fortalecimiento a la Investigación en Ciencias Sociales, PROFIN, que desarrolló la Universidad de Ibagué, en su primera versión, desde 2013 a 2015. El procesamiento de los datos de las encuestas en el programa Atlas TI, se realizó con la colaboración del investigador Juan Carlos Bonilla, becario del grupo Eulogos de la Universidad de Ibagué.

# **Public space expressions: public perception of graffiti in Ibagué, Colombian context**

## **ABSTRACT**

This article presents the results of the analysis that has been done in Ibagué, a Colombian city, about the dynamics of street art in the urban public space. The research studied the processes of formation of graffiti crews, the relationship between graffiti, government and the citizen's perception about this practice. These dynamics began to be studied in June 2013 in a broader research that included two stages: the first aimed at the revision of the regulations on public space and street art and the analysis of news published in the local newspaper, El Nuevo Día. The second stage was the application of questionnaires and interviews with graffiti artists.

*Key words:* Graffiti, cultural practices, urban art, public space, urban space, youth, identity.

# **Intervenção do espaço público: a percepção pública do graffiti na cidade de Ibagué, Colômbia universitário**

## **RESUMO**

Este artigo apresenta a análise, na cidade de Ibagué, a intervenção na dinâmica da arte de rua no espaço público, tendo em conta os processos de formação de grupos de jovens, a relação entre graffiti e órgãos governamentais, e a percepção dos cidadãos sobre esta prática urbana. Estas intervenções dinâmicas começaram a ser estudadas em junho de 2013, em uma pesquisa mais ampla incluiu duas etapas: a primeira visa a revisão dos regulamentos sobre o espaço público e arte de rua, e análise do conteúdo das notícias publicadas na tópic no jornal local, El Nuevo Día. a segunda fase correspondeu à aplicação de enquetes para os habitantes da cidade e entrevistas com jovens graffiti.

*Palavras chave:* grafite, as práticas culturais, arte urbana, espaço público, espaço urbano, juventude, identidade.

## 1. Introducción

Los cambios en la vida urbana, generados por los medios de comunicación o por las tecnologías, han hecho aparecer nuevas configuraciones comunicacionales. Una de estas configuraciones tiene que ver con la práctica del grafiti y su incidencia en la vida de los jóvenes y de la ciudadanía en general. En el caso de la ciudad de Ibagué, los grafitis comenzaron a aparecer de manera esporádica desde el año 1998 y en ciertos lugares, especialmente en los barrios. Aproximadamente desde el año 2008, esta práctica aumentó y comenzó a hacerse visible en lugares que son transitados por quienes se desplazan a trabajar o estudiar, esto generó tensiones entre los jóvenes grafiteros y la ciudadanía.

Esta situación hizo que en junio de 2013 se diera inicio a una propuesta de investigación que pudiera abarcar cuatro aspectos que considerábamos esenciales: 1) la normatividad nacional y local sobre espacio público y arte callejero, arte urbano o grafiti. Esto surgió, también, a raíz del aumento de grafitis en la ciudad de Bogotá y los cambios en la normatividad realizados por el alcalde Gustavo Petro. 2) La manera como la prensa local, frente a la prensa nacional, estaba relatando el fenómeno, es decir, cómo El Nuevo Día, periódico local estaba hablando sobre el tema, si lo estaba haciendo. La preocupación radicó también en una situación presentada en Bogotá, cuando el cantante

Justin Bieber realizó unos grafitis en la calle 26 con el acompañamiento de la policía. 3) Los grafitis y los grafiteros. Se encontraba muy poca bibliografía sobre el grafiti, su historia, sus técnicas y sus estilos. La mayoría de la información estaba en blogs de grafiteros o aficionados al tema. Para esto se tomaron como referentes los trabajos de Armando Silva en Colombia y algunos estudios sobre el grafiti en la ciudad de México de Tania Cruz Salazar. Para la investigación era muy importante conocer sobre el grafiti para poder luego dialogar con los grafiteros e intentar hablar un mismo lenguaje. Paralelo a esto, la lectura de los grafitis se hacía compleja, dado que no se entendía literalmente lo que decían las firmas y tampoco se conocían los estilos y técnicas.

En relación con los grafiteros, fue importante entender qué es el grafiti para ellos y cómo se generaban procesos de identificación a través de éste. 4) Finalmente, otro aspecto esencial de la investigación fue conocer cuál era la percepción que tienen los habitantes de la ciudad del grafiti.

Estos dos últimos aspectos nos permitieron analizar las dinámicas de intervención del espacio público por parte del arte callejero, teniendo en cuenta los procesos de conformación de colectivos juveniles y la percepción de la ciudadanía.

## 2. Metodología

El proyecto de investigación co-

rrespondió a un estudio de caso, en la medida en que permite registrar las conductas de las personas involucradas en el fenómeno a estudiar (Yin, 1980), en este caso los jóvenes grafiteros de la ciudad de Ibagué. Además, el estudio de caso hace posible recolectar datos a través de variedad de fuentes tanto cualitativas como cuantitativas y triangular la información obtenida. En el caso específico de esta investigación se empleó la revisión documental, la encuesta, la entrevista en profundidad y la observación directa.

### Primera etapa

En la primera etapa se analizó la normatividad sobre espacio público y arte callejero, lo cual implicó la revisión de los decretos y leyes formuladas desde 1998 hasta el 2013, para establecer cambios o modificaciones en sus conceptos. De igual manera, se procedió a realizar un análisis de contenido de 12 noticias publicadas en el periódico El Nuevo Día, desde agosto de 2011, mes en el que fue asesinado el grafitero Diego Felipe Becerra en Bogotá, hasta octubre de 2013, momento en el que el cantante Justin Bieber plasmó grafitis en la Calle 26 en Bogotá.

Esta etapa del proyecto exigió el desarrollo de las siguientes técnicas: Matriz de información documental (tipo de normatividad, nominación, presidente, fecha, encabezados, capítulos y artículos sobre el tema, definición de grafiti, prohibiciones, tipos de sanciones,

persona que administra el espacio público en los municipios); y ficha de análisis de contenido (datos de identificación básicos, indicadores relacionados con el tema y encuadre noticioso: Definición de arte callejero, caracterización de los jóvenes grafiteros, zonas permitidas para la realización de grafitis, zonas excluidas, sanciones).

#### Segunda etapa

La segunda etapa correspondió al trabajo de campo con los jóvenes universitarios, ciudadanos de la ciudad, grafiteros y personas del sector oficial. En esta etapa se emplearon encuestas, entrevistas. El proceso y los resultados de esta segunda etapa constituyen la reflexión principal de este artículo.

Población y tipo de muestra: Se tomó como población objeto de estudio a los estudiantes de la Universidad del Tolima y de la Universidad de Ibagué, que tienen en común ser jóvenes estudiantes, pertenecer a un nivel socioeconómico similar a los grafiteros y conocer a algunos de ellos. Además, por ser los investigadores docentes de los mismos en las diferentes carreras, se facilitó el acceso a esta población. El muestreo de selección experta, denominado también como muestreo de juicio, es una técnica utilizada por expertos para seleccionar el grupo que se investigará. En este caso, se seleccionaron 365 estudiantes en esta modalidad y se aplicó una encuesta con el fin de conocer la percepción de estos jóve-

nes sobre el grafiti.

La estructura de la encuesta se dividió en 10 ámbitos, para un total de 20 preguntas:

1. Quién hace el grafiti.
2. Conocimiento sobre el grafiti
3. Percepción sobre los grafitis de la ciudad

Para el estudio de la comunidad que vive, trabaja o transita por los cinco sectores de la ciudad que fueron seleccionados para realizar el análisis de los grafitis, se trabajó con la misma encuesta. Como no se conoce el tamaño de la muestra (personas que habitan, trabajan o transitan constantemente por el sector), se calculó el número de encuestas a partir de la ecuación de la muestra de población infinita. De acuerdo a esto, se aplicaron 38 encuestas en cada sector, para un total de 228 encuestas.

La escogencia de esos cinco sectores se realizó a partir de un ejercicio de observación, que se recogió en 15 diarios de campo durante tres meses. El proceso de selección de la muestra partió de la identificación de grafitis en las 13 comunas de la ciudad de Ibagué y la ubicación de los lugares con mayor afluencia y mayor presencia de éstos. Fue así como la selección del universo a ser estudiado se realizó de acuerdo a la mayor presencia de grafitis en sectores de la ciudad que fueran lugares de confluencia de diferentes tipos de actores y se desarrollaran

actividades comerciales, de estudio y vivienda conjuntamente. Además, se tuvo en cuenta el número de grafitis en cada zona y que se utilizaran todas las tipologías de esta expresión urbana.

De acuerdo a los criterios establecidos, los sectores seleccionados son:

- Calle 19 con carrera 5 (Centro de la ciudad).
- Calle 16 entre carreras 7 y 8 (Centro de la ciudad).
- Muro de atrás del Liceo Nacional, barrio Cádiz (barrio tradicional de la ciudad que se ha vuelto comercial).
- Puente de la 60 con carrera 5 (Sector comercial de la ciudad, cercano al centro comercial Multicentro y a la Panamericana).
- Calle 42 con carrera 5 (Sector comercial de la ciudad).

Para la entrevista semiestructurada a los grafiteros y funcionarios gubernamentales se elaboró un formato que contemplaba los siguientes aspectos: Preguntas generales para conocer datos básicos del entrevistado; preguntas para conocer datos sobre su práctica con el grafiti; preguntas para conocer datos sobre reglamentación; preguntas sobre percepción ciudadana; preguntas sobre las formas de agrupación. Los datos fueron procesados mediante el programa AtlasTi.

### 3. Resultados

Para el análisis de las encuestas

Tabla No.1 Formato de encuestas

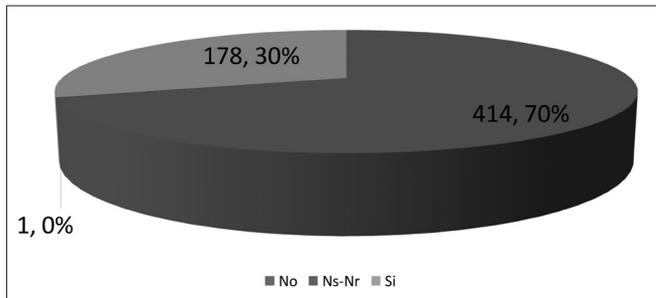
Indicador	Pregunta
Quién hace grafiti	1. ¿Conoce a alguien que haga grafiti?
	2. ¿Ha escrito alguna vez en una pared, puerta, mesa, silla, asiento de buseta o baño público?
	3. ¿Ha visto mujeres haciendo Grafiti?
	4. Si la respuesta anterior fue afirmativa indique en qué lugar estaba haciendo el grafiti:
	5. Cree que las personas que hacen grafiti están entre: 14-20 años, 21-25 años, 26-30 años.
	6. Ser grafitero es: pasatiempo, oficio, diversión, vandalismo, pérdida de tiempo, no responde.
Conocimiento sobre el grafiti	7. ¿Reconoce las diferencias entre tipos de grafitis?
	8. ¿Conoce técnicas para la elaboración de un grafiti?
	9. ¿Sabe cómo se hace un grafiti?
	10. Cree usted que hacer un grafiti es: barato, costoso, nos sabe, término medio, no responde.
	11. ¿Sabe si el grafiti es: ilegal, legal, no sabe, no responde.
Percepción	12. Cuando sale de su casa y ve grafitis por la ciudad, usted siente: agrado, molestia, no se da cuenta, no sabe.
	13. ¿Ha impedido la ejecución de un grafiti?
	14. ¿Reconoce alguna diferencia entre un grafiti legal y otro ilegal?
	15. Considera que el grafiti: embellece, contamina, afea.
	16. Ha leído artículos que hablen sobre grafiti en: periódico, revistas, folletos.
	17. Estaría de acuerdo con que la gobernación o la Alcaldía generen espacios libres para la práctica del grafiti
	18. Cree que los que hacen grafitis deben ser: Incluidos de propuestas artísticas, sancionados o le es indiferente.
	19. ¿En su barrio hay grafitis?
	20. Las personas elaboran grafitis porque: es una forma de expresión juvenil, expresión política, forma de alterar el orden público, es una manifestación artística.

Fuente: elaboración propia.

se consolidaron los resultados de aquellas que fueron aplicadas a jóvenes estudiantes con las que se aplicaron a habitantes de los cinco sectores de la ciudad arriba descritos. A partir de ahí se encontraron los siguientes resultados:

Ante la pregunta ¿Conoce personas que hagan grafiti?, el 70% de los encuestados no conocían personas, frente a un 30% que sí tenían contacto con personas dedicadas a esta práctica.

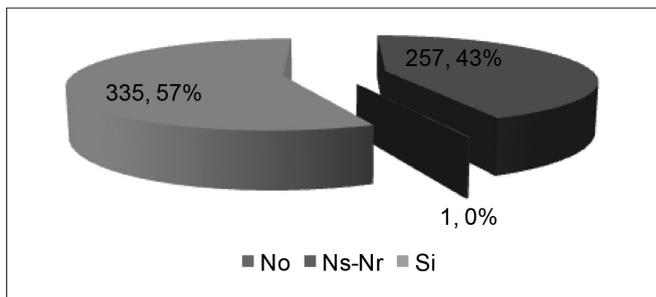
**Gráfica 1. ¿Conoce a alguna persona que haga grafiti?**



Fuente: elaboración propia.

Frente a la pregunta ¿Ha escrito alguna vez en una pared, puerta, mesa, silla, asiento de buseta o baño público?, el 57% de los encuestados admite haber realizado escritos o dibujos en algún sitio público, en cambio, el 43% no lo ha hecho y el 1% no responde.

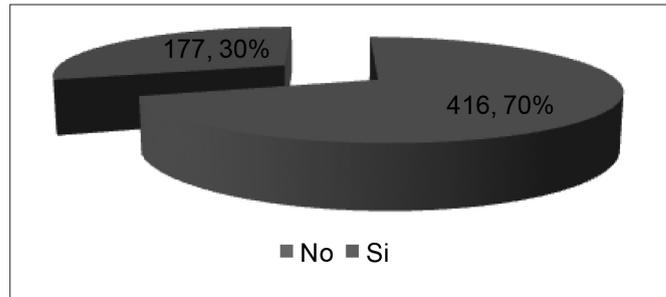
**Gráfica 2. ¿Ha escrito alguna vez en una pared, puerta, mesa, silla, asiento de buseta o baño público?**



Fuente: elaboración propia.

Frente a la pregunta ¿Ha visto mujeres haciendo grafiti?, el 70% dice no haber visto mujeres haciendo grafiti, mientras que el 30% contesta afirmativamente.

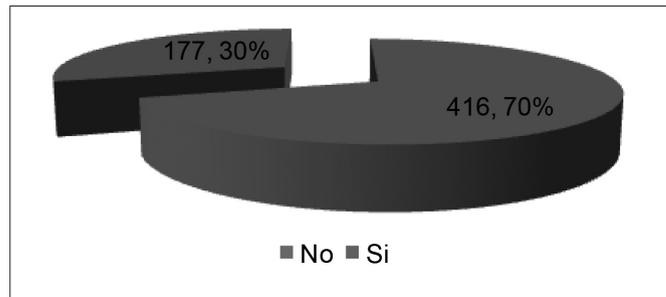
**Gráfica 3. ¿Ha visto mujeres haciendo grafiti?**



Fuente: elaboración propia.

En relación con la pregunta por la edad de los grafiteros, el 48% dice que están entre los 14 a 20 años, 47% considera que están entre los 21 y los 25, el 3% cree que están entre los 26 y los 30 y el 1% más de 35.

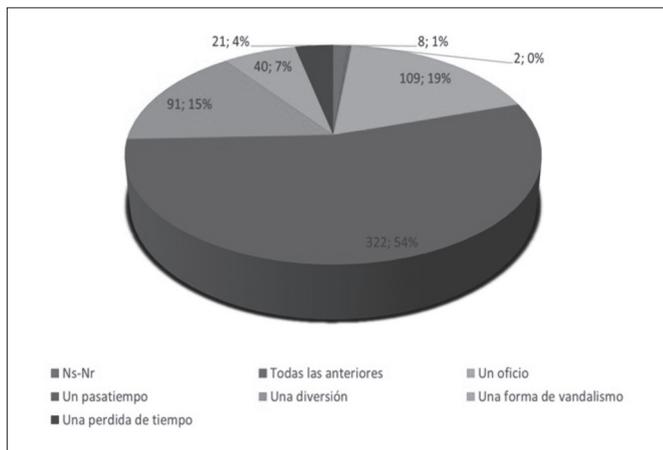
**Gráfica 4. ¿Cree que las personas que hacen grafiti están entre?**



Fuente: elaboración propia.

Para el 54% de los encuestados la práctica del grafiti es un pasatiempo, el 19% lo considera un oficio, el 15% una diversión, el 7% una forma de vandalismo y el 4% una pérdida de tiempo.

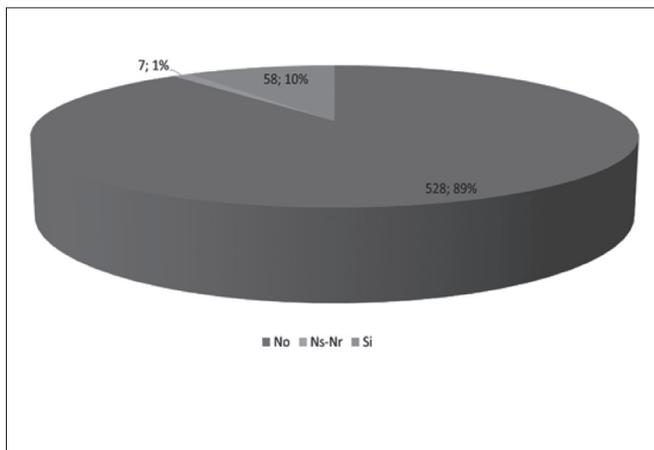
Gráfica 5 Considera que ser grafitero es:



Fuente: elaboración propia.

El 76% de la comunidad no reconoce las diferencias entre los tipos de grafitis, el 23% dice que sí sabe y el 1% no contesta.

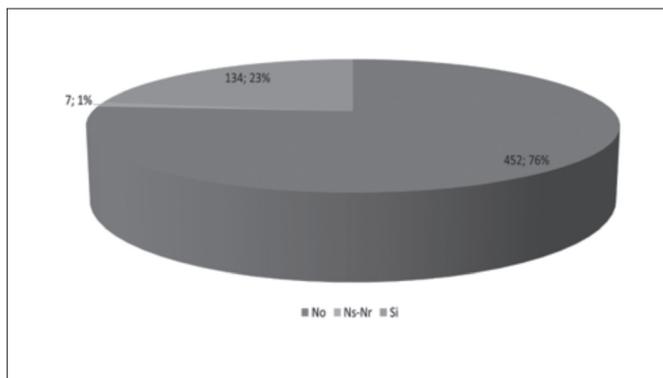
Gráfica 7 ¿Conoce técnicas para la elaboración de un grafiti?



Fuente: elaboración propia.

El 38% de los encuestados considera que hacer un grafiti es más o menos costoso, el 26% dicen que es costoso, 23% no sabe, el 11% creen que es barato, el 2% no responde.

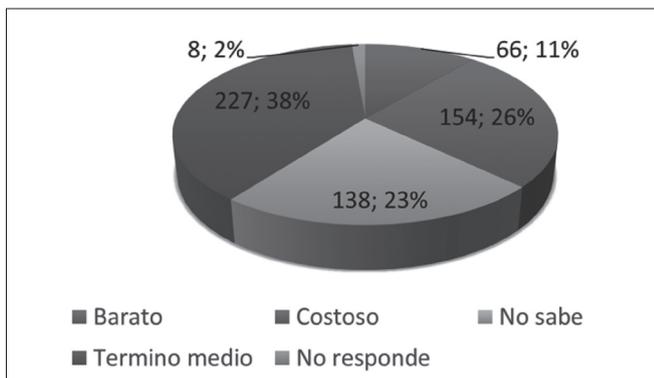
Gráfica 6. ¿Reconoce las diferencias entre tipos de grafitis?



Fuente: elaboración propia.

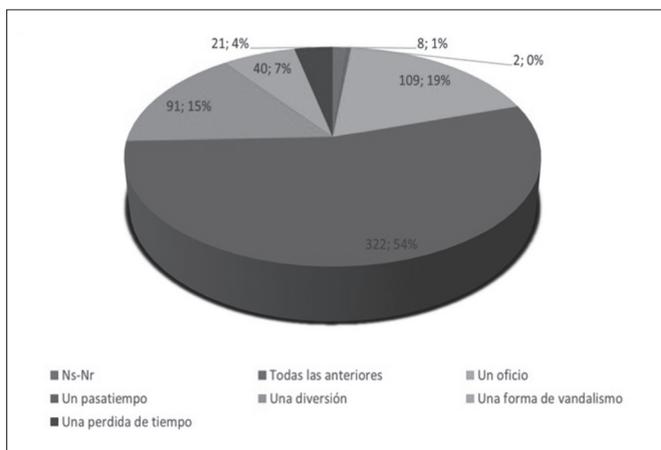
El 89% de los encuestados no conoce técnicas para la elaboración de un grafiti, el 10% dice conocer algunas técnicas y el 1% no contesta.

Gráfica 8 Cree usted que hacer un grafiti es



Al 60% de las personas les agrada ver un grafiti, al 17% les molesta ver un grafiti, el 19% no se da cuenta de los grafitis y el 3% no contesta.

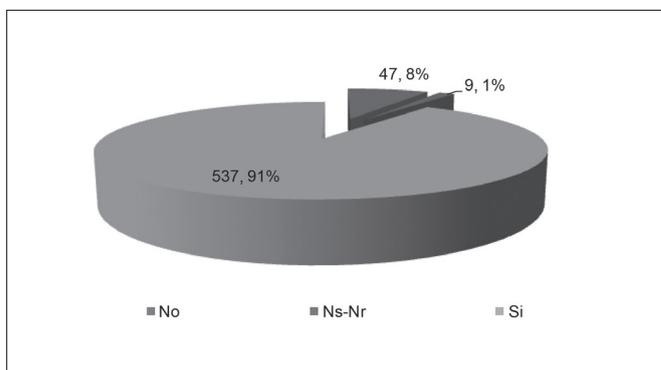
Gráfica 9. Cuando sale de su casa y ve grafitis por la ciudad, usted siente:



Fuente: elaboración propia.

El 91% de los ciudadanos están de acuerdo en que la Gobernación genere espacios libres para la práctica del grafiti, el 8% dicen que no, y el 2% no contesta.

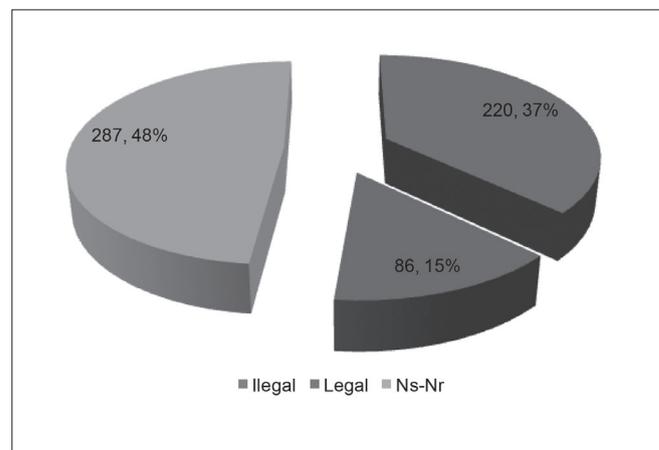
Gráfica 10. ¿Estaría de acuerdo con que la Gobernación o la Alcaldía generen espacios libres para la práctica del grafiti?



Fuente: elaboración propia.

El 48% no sabe si el grafiti es legal o ilegal, 37% dice que es ilegal, el 15% cree que es legal y el 3% no responde.

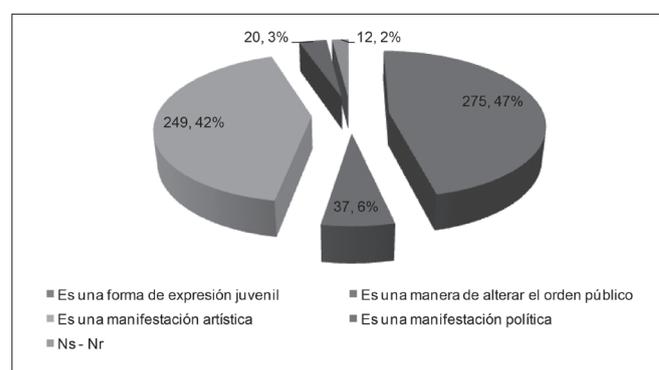
Gráfica 11. Sabe si el grafiti es:



Fuente: elaboración propia.

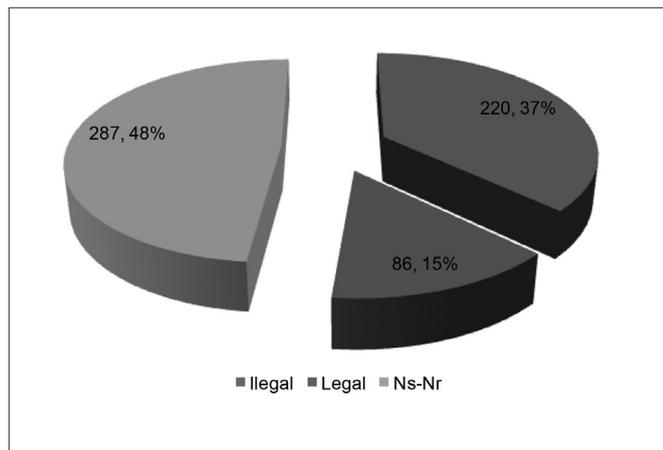
El 47% de los encuestados considera que el grafiti es una forma de expresión juvenil, el 37% cree que es una manera de alterar el orden público, el 42% es una manifestación artística, el 3% lo ve como una expresión política, el 2% no responde.

Gráfica 11. Sabe si el grafiti es:



El 79% de los encuestados creen que las personas que hacen grafiti deben ser incluidos en propuestas artísticas, 13% les es indiferente, el 6% considera que deben ser sancionados, el 2% no responde.

Gráfica 13 Cree que los que hacen grafitis deben ser:



Fuente: elaboración propia.

Luego de haber realizado las entrevistas se procedió a analizar la información a través del AtlasTi. Las categorías de análisis encontradas se presentan en la siguiente tabla No. 2.

#### 4. Discusión

Los análisis de los resultados de las encuestas muestran que en la ciudadanía existe un desconocimiento sobre qué es un grafiti, las técnicas que se emplean para hacerlo, los tipos de grafitis que aparecen en los muros y tampoco saben sobre los costos en los que se incurre para su elaboración. Desde el punto de vista reglamentario, no reconocen cuáles son los grafitis legales y cuáles son los ilegales. En lo que sí se ponen de acuerdo los encuestados es en creer que es desde la gobernación donde se deben reglamentar los espacios para que los grafiteros hagan sus expresiones.

En este sentido, en Ibagué, el Plan de Desarrollo Municipal incluye en sus artículos 47 y 48, programas destinados a jóvenes con el fin de fomentar prácticas artísticas, sin especificar cuáles. El apoyo a estos jóvenes tiene que ver con la proliferación de prácticas artísticas juveniles, especialmente el hip-hop y el break dance que se han

apoderado de distintos barrios marginales de la ciudad de Ibagué. Muchos de ellos no reciben el apoyo de las Juntas de Acción Comunal y deciden organizarse por sus propios medios. El arte callejero se convierte, en la mayoría de los casos, en una posibilidad de expresarse y de alejarse del consumo de drogas y la delincuencia.

Por otra parte, el grafiti corresponde a un proceso comunicativo, de características particulares que se refiere a “un mensaje o conjunto de mensajes, filtrados por la marginalidad, el anonimato y la espontaneidad y que en el expresar aquello que comunican violan una prohibición para el respectivo territorio social dentro del cual se manifiesta” (Silva, 1988, pág. 28). En otras palabras, se puede decir que el grafiti es una intervención urbana que busca expresar algo a los transeúntes, teniendo como marco los muros, el asfalto, la calle.

La percepción que se tiene es que la práctica del grafiti corresponde a un grupo juvenil entre los 14 a 25 años. De ahí se desprende que consideren que hacer grafitis es un pasatiempo, no una forma de ganarse la vida. Esto permite creer que, dado el carácter efímero y juvenil, la práctica del grafiti va desapareciendo a medida que los jóvenes van creciendo y adquiriendo compromisos laborales. Sin embargo, entre los grafiteros de Ibagué se encuentran dos activos que tienen 30 y 32 años. Uno de ellos es profesor universitario y el otro es una figura emblemática entre los grafiteros de la región. Aquí se puede apreciar que los encuestados ubican a los grafiteros desde una perspectiva etaria, es decir, atribuir las problemáticas juveniles a la edad en que se está (Garcés, 2009)

Las encuestas muestran que no hay conocimiento de mujeres grafiteras, lo cual es significativo en la medida que la vida cotidiana de los jóvenes grafiteros se desarrolla en la calle y es allí donde se puede apreciar la variedad de sus experiencias, a partir de la apropiación y uso del espacio urbano. Esto significa que a través de la acción sobre el entorno, las personas, los

Tabla No.2. Resultados entrevistas

Categorías	Resultados
Edad	Los rangos de edad van de los 16 a 20 años. Sólo dos tienen 32.
Vivienda	Están distribuidos en diferentes barrios de la ciudad.
Profesión	La mayoría son estudiantes de: diseño gráfico, arquitectura, bachillerato, licenciatura en inglés. Los que trabajan: pintan camisetas, gorros, tatuajes.
Práctica de grafiti	Empezaron a finales del 2007 (7), otros llevan entre 6 meses y cinco años.
Inicio del grafiti en Ibagué	No hay una fecha que sea común a todos los entrevistados pero la que más se nombra comprende del 2000 al 2008. Todos están de acuerdo que uno de los pioneros es ZMOG, el más antiguo de los grafiteros de la ciudad, con 32 años. Luego sigue SHOCK, SIKA Y WAORY.
Función del grafiti	Los jóvenes grafiteros ven en el grafiti una forma de darle color a la ciudad, una manera de recuperar espacios abandonados, de embellecer la ciudad, una forma de darse a conocer, de mostrar su trabajo, de darle la oportunidad a otros jóvenes para que no caigan en vicios.
Número de grafiteros	Los jóvenes no tienen una cifra exacta sobre el número de grafiteros de la ciudad. Sin embargo, haciendo un listado y calculando dicen que pueden ser 20 o 25. Esta cifra cambia cuando los clasifican entre activos e inactivos. Si son activos cuentan de 8 a 12 o 10 a 15; el resto serían inactivos (que hacen grafitis de vez en cuando).
Mujeres grafiteras	En Ibagué hay una mujer grafitera que firma SIGLA, que es poco conocida por sus compañeros. Una de las razones por las cuales no practican es porque no le cogen amor a lo que hacen o están ahí porque el novio es grafitero.
Práctica	De acuerdo con las respuestas, el hacer grafiti corresponde a una práctica social donde los jóvenes se reúnen en un crew, o con otros grafiteros y salen a pintar para aprender de los que tienen mayor experiencia, para cuidarse entre todos y pasarla rico. También manifiestan que dependiendo del tamaño y lo que vayan a pintar se decide salir en grupo o solo. Si se quiere pintar en espacios muy escondidos que no se encuentren fácil, es mejor ir solo.
Percepción familiar	Cuando comenzaron sus actividades como grafiteros sus familias los miraron con desconfianza, en la actualidad los apoyan. En el caso de las personas de mayor edad, miraban con desconfianza esa práctica porque si se quedaban en lo ilegal podrían tener líos con la policía, y porque la ropa se dañaba con los aerosoles y pinturas. Sin embargo, modificaron esa percepción al reconocer que esa práctica los alejaba de los vicios y les proporcionaba ingresos económicos. Algunos padres patrocinan económicamente las "pintadas" o los viajes a eventos.

Fuente: elaboración propia.

grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su "huella", es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente (Vidal Moranta, 2005). La participación femenina en la elaboración de grafitis es mínima, sólo hay una niña, muy joven de dieciséis años que ha dejado su huella en las paredes de Ibagué. Sin embargo, este campo en el cual predominan los hombres, señala una marcada distinción de género que puede ser abordada en otro trabajo de investigación. La pregunta que surge es: ¿realmente no hay mujeres grafiteras en Ibagué o son excluidas por los hombres?

A diferencia de lo que se encuentra en otros estudios sobre jóvenes grafiteros, los "escritores" o writers, como ellos mismos se denominan, viven en barrios de clase media de la ciudad tales como: Jordán, Villa Café, El Salado, Santa Bárbara, La Granja. Otros viven en los barrios Kennedy y Ricaurte, ubicados al sur de la ciudad y pertenecientes a la comuna 12, barrios antiguos que en este momento se han visto beneficiados por programas de la Alcaldía. Estos jóvenes no tienen relación con las pandillas o delincuencia. La mayoría son estudiantes de diferentes carreras o trabajan, esto los hace pertenecer a la categoría de jóvenes incluidos, en otras palabras, tienen una ocupación, realizan actividades diarias.

Ellos mismos se clasifican en activos e inactivos. Es decir, algunos jóvenes se reúnen con el crew, pero no

salen a pintar las calles porque están aprendiendo. Otros porque su actividad laboral ya nos les deja tiempo, entonces tampoco pintan. Ellos consideran que en verdad son sólo diez los que pintan en la ciudad y, por supuesto, ellos están dentro de esos diez.

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

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

Dado que la comunidad grafitera de Ibagué no es homogénea, es decir, sus integrantes pertenecen a diferentes clases sociales, ni comparten las mismas características, se hizo uso de las categorías de (Gimenez, 2002) a partir de ciertos elementos cómo: pertenencia social y atributos identificadores.

La pertenencia social se refiere a

la participación en colectivos colectivos (categorías, grupos, redes y grandes colectividades). Esta situación no debilita la identidad personal, sino al contrario la define y la constituye. Es decir entre más amplias sean las relaciones o interacciones que tenga el individuo con otros grupos o personas, se va a fortalecer más su identidad. El segundo tiene que ver con la presencia de un conjunto de atributos, sirve para hacer distinciones entre los grupos de personas como disposiciones, hábitos, tendencias, palabras, actitudes o capacidades a lo que se añade lo relativo a la imagen del propio cuerpo (Lipianski, 1999, p. 55)

### **Pertenencia social: Crews**

Se identificó que en la ciudad de Ibagué los jóvenes pertenecen a tres crews: La Eskina del Barrio, BMS y JSC. Esto implica también compartir el complejo simbólico-cultural que funciona como elemento característico de un grupo, que en el caso de los artistas del grafiti son: el lenguaje, la calle, la técnica, el uso del spray, el crew, el anonimato.

La palabra crew se origina en el inglés medieval y en el francés antiguo. Esta palabra define al colectivo, explica el tipo de congregación en la escena juvenil. El crew, en su acepción más general, habla de un grupo integrado por personas que trabajan generalmente bajo la dirección de un líder. En Nueva York de la década de 1960, este término se utilizó por los mismos escritores de grafiti

para denominar a sus grupos (Cruz Najera, 2001).

El crew se caracteriza porque está conformado por un grupo de amigos que salen a la calle a pintar. Los que tienen mayor experiencia les enseñan a los más jóvenes o con menos “pintadas”, de esa manera se genera un sentido de pertenencia y camaradería. Pertenecer al crew tiene un valor simbólico que además de ser una forma de integración le confiere al joven la sensación de ser único e irrepetible, de tener la posibilidad de ser alguien en los muros de la ciudad. Por otra parte, generan lazos de solidaridad, lazos afectivos y maneras de ser y estar en el mundo.

No obstante, estos colectivos difieren en su concepción frente al grafiti y su práctica. Aparte están los independientes y los barristas. Por consiguiente, se requiere un diálogo conjunto y procesos de inclusión, para que se deje de lado la idea del vandalismo, ya que los grafitis de la ciudad van en aumento, tanto legales como ilegales.

### La Eskina del Barrio

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

Con esta frase, la agrupación juvenil “La Eskina del Barrio” se presenta en su página en Facebook.



Fuente: colección privada, investigadoras. Calle 19 con carrera 5, 2014.



Fuente: Colección privada, investigadoras. Avenida Ambalá con 60, 2014.

La organización juvenil que tiene como líder a Mauricio Rodríguez, ha generado varias propuestas culturales a través de la Alcaldía y han solicitado de manera formal que se incluyan áreas del espacio público en el POT, para la práctica del grafiti. Ellos esperan “que el grafiti sea

reconocido como un proceso social y de transformación de la ciudad y no visto como un problema de vandalismo. La idea es articular a la empresa privada y al Estado en propuestas destinadas a embellecer la ciudad, dice Rodríguez. Así mismo, que los jóvenes no sean perseguidos

por la Fuerza Pública y que sean una estructura organizada, es decir, “que no pinten por pintar, sino que soliciten los permisos necesarios para dicho fin” (Nuevo Día, 2014).

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

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



Fuente: colección privada, investigadoras. Carrera 3 entre calles 9 y 10, 2015.

no tienen un sentido estético que los fundamente.

### JSC

El grupo denominado JSC (Jah Soldier's Crew) apareció aproximadamente en el año de 1997, presentando una manera distinta de ser joven en Ibague. Se caracterizaron por su expresión artística. Inicialmente incursionaron con una escuela a la cual pertenecían muchos jóvenes con deseos de hacer arte. El fuerte era el Breakers, Mc's y Graffitero, a medida que se hicieron conocer fue aumentando su número de integrantes y la diferencia entre ellos. Se crearon conflictos y como asegura el entrevistado y reconocido Guido Zmog “rayes entre ellos”, por lo tanto, muchos se retiraron de la agrupación. Pero asegura Zmog: “Inicialmente nosotros nos unimos para crear fuerza, para unir ideales y representar lo que somos” (Zmog, 2014).

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

### BMS

Camilo Pineda, integrante de la crew BMS dice que esa sigla significa: Bitches, Money And Sex Gang. “Lo decidimos así básicamente porque queríamos un concepto muy calle que era lo que estábamos manejando, o sea, lo que estábamos buscando en ese tiempo como grupo, ya que veníamos saliendo todas las



Fuente: colección privada, investigadoras. Puente de la calle 60 con carrera 5, 2014.



Fuente: colección privada, investigadora. "Dapno", Calle 60 con carrera 5, 2014.

noches hacer tags, firmas y nos reuníamos con la idea de bajar por toda la ciudad y hacer la mayor cantidad de piezas o lo que pudiéramos para dar a conocer al grupo, entonces fue la calle lo que resumimos de cuando caminábamos parchando como grupo" (2014).

Actualmente está conformado por cinco integrantes. En un comienzo eran tres personas reconocidas como Tox, Yess, GSKA, los últimos son Serz y Dapno que tienen entre 19 y 22 años y buscan dejar su nombre en los muros para ser reconocidos. Como lo afirma Pineda "la idea es

buscar una armonía para que se vea estéticamente lo que queremos ver".

#### *Atributos identificadores*

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

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

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

De los doce entrevistados, DAPNO, GSK, DEOK, EROS, SCRAP, SHOK, YEES, ZERS, ZMOG, ZOKE,



Fuente: colección privada, investigadoras. "Toks" y "Sigla", calle 16 entre carreras 7 y 8, 2014.

estos son algunos de los tags encontrados en la ciudad de Ibagué:

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

## 5. Conclusiones

Para construir una identidad se necesita comparar la percepción de sí mismo con la percepción de los otros, es decir, que se necesita de los "otros". "La identidad es un proyecto simbólico que el individuo va construyendo en íntima relación con los grupos sociales dentro de los cuales se desenvuelve. Los materiales simbólicos con los cuales se construye ese proyecto son adquiridos en la interacción con otros" (Laraín, 2005, p. 91).

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

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

Hay constantes modificaciones (...) en las prácticas culturales cotidianas (...) pero hay un tipo de cambio que es menos frecuente (...) (éstos) se expresan en la constitución de grupos sociales nuevos cuyos miembros se

identifican entre sí por el empleo de un conjunto de rasgos culturales a los cuales dan un sentido propio, distinto del que pudieran tener en el contexto social en el que están inmersos. En este proceso se genera una nueva identidad cultural, vinculada a una subcultura emergente o bien a una cultura diferente que se adapta a una situación social distinta a la del grupo original. De alguna manera éstos son procesos de génesis cultural, de los que surgen nuevas estructuras significantes capaces de producir sentidos propios para quienes las comparten (p. 54).

En este sentido, los jóvenes grafiteros construyen estilos de vida que se encuentran en proceso de autonomía. El grafiti es una identidad juvenil, mediada por códigos y límites de adscripción. En él se construyen formas de interpretar el entorno, a partir de las diferentes interacciones sociales producidas por los y las jóvenes que realizan la actividad. Ha-

cer grafiti es una actividad no determinada por el tiempo ya que con el paso de los años se va adoptando y ha sido apropiada por otros jóvenes distintos a quienes le dieron origen.

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

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

La creación de nuevas leyes, sanciones y estatutos legales no son una solución a los múltiples factores que juegan en la vida social y, en especial a los jóvenes grafiteros. El hecho de no existir una reglamentación, sanciones o castigos para la práctica del grafiti no necesariamente es una falencia porque, en otros estudios realizados en México por ejemplo, han demostrado que la represión genera muchos costos económicos y sociales. Una alternativa es generar espacios de expresión, impartir

cursos, talleres, concursos, exposiciones, hacer que los jóvenes participen en la solución de este conflicto. Fomentar la apertura de espacios en escuelas, estadios o lugares públicos para que los jóvenes pinten de manera legal y así evitar que se dañen las propiedades privadas o espacios públicos.

Finalmente, se hace necesario generar espacios de expresión, impartir cursos, talleres, concursos, exposiciones, fomentar la apertura de espacios en escuelas, estadios o lugares públicos para que los jóvenes pinten de manera legal y así evitar que se dañen las propiedades privadas.

Como todos los grafiteros y colectivos piensan diferente frente a su práctica, se requiere un diálogo conjunto y procesos de inclusión, para que se deje de lado la idea del vandalismo, ya que los grafitis de la ciudad van en aumentos, tanto legales como ilegales. Es importante para la ciudadanía (incluidos los entes gubernamentales), hacer un acercamiento a esta práctica cultural, conocer las técnicas, la historia y el significado de cada estilo para poder tener elementos más contundentes para hacer una crítica al aumento de los grafitis de la ciudad.

## Referencias

Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territoriality and crowding*. Monterey (Ca.): Brooks/Cole.

Aristizabal, G. (2011). *El libro del graffiti*. Manizales: Universidad Católica.

Bonfil Batalla, G. (1993). *Simbiosis de Culturas*. Mexico : Fondo de Cultura Económica.

Borda, J. (1998). *Ciudadanía y Espacio Público*. Barcelona: Centro de Cultura contemporánea de Barcelona.

Corredor, C. (14 de Noviembre de 2014). *Es importante que los jóvenes tengan sus ideas*. Nuevo día , pág. 12.

Castells, M. (1997). *Movimientos sociales urbanos*. Madrid, Siglo XXI editores (decimocuarta edición).

Castells, M. (1981). *Problemas de investigación en sociología urbana*. México, Siglo XXI editores.

Cruz Najera, C. (2001). *Las paredes que que nos hablan: Visión Psicosocial del Graffiti Urbano*. México: Ciencias Sociales y Humanidades UAM.

Cruz Salazar, T. (diciembre, 2008). "Instantáneas sobre el graffiti mexicano: historias, voces y experiencias juveniles". En *Última década*, núm.29, p.p.137-157.

Cruz Salazar, T. (enero-junio, 2010). "Witers, taggers, graffers y crew. Identidades juveniles en torno al grafito". En *Nueva antropología*, vol.XXIII, núm.72, p.p.103-120.

- Durkheim, E. (1938). "The Rules of Sociological Method". Chicago: University of Chicago Press.
- El Nuevo Día. (1 de marzo de 2014). Jóvenes piden incluir áreas para el graffiti en el POT. Nuevo Día.
- Galeano M, M. E. (2008). Diseño de proyectos en la Investigación Cualitativa. Bogotá: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Gándara, L. (2002). Graffiti. Buenos Aires: Editorial universitaria de Buenos Aires.
- Ganz, N. (2006). Graffiti mujer. Arte urbano en los cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili.
- Garcés Montoya, Á. (2009). Emergencia de la juventud: en las ciudades contemporáneas. Anagramas, 100-114.
- Gimenez, G. (2002). "Materiales para una teoría de las identidades sociales", . mexico: colegio de la frontera Norte.
- Herrera M.C. y Vladimir Olaya (octubre de 2011), "Ciudades tatuadas: Arte callejero, política y memorias visuales". En Nómadas No.35 p.p.98-116.
- Larraín, J. (2005). ¿América Latina Moderna?: globalización e identidad. Santiago: LOM.
- Lipianski, E. M. (1999). La Identidad personal. Paris: Editorial Ciencias Humanas.
- Macdonald, N. (2006), "El toque femenino: altibajos de la experiencia femenina en el graffiti", en Ganz, N., Graffiti mujer. Barcelona: Gustavo Gili, pp.12-13.
- Mercado-Percia, J. (diciembre de 2012). "Análisis retórico del estético". En Palabra Clave 15 (3), 668-687.
- Merton, R. (1964). "Estructura Social y Anomia". México: Fondo de Cultura Económica.
- Ortiz, I. (editora). Atlas ilustrado del graffiti y arte urbano. Madrid: Susaeta ediciones.
- Peredo Pozo, J. (1 de abril de 2009). "El graffiti: su evolución y percepción social a favor o detrimento de una ciudad". En Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales, vol.I, núm.3. Hermosillo: Centro de estudios de América del Norte.
- Pineda, C. (5 de mayo de 2014). Entrevistado por Vargas, A.C., Iba-gué.
- Pol, E. c. (2002). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. Anuario de Psicología, 281-297.
- Porcel López, S. (Marzo de 2010). La producción social del Espacio Urbano. Tensiones y ajustes en la (re)ordenación urbana de los Tres-Turons de Barcelona. Recuperado el 22 de Diciembre de 2014, de Academia: [www.academia.edu/1944298/La\\_producci3n\\_social\\_del\\_espacio\\_urbano\\_Tensiones\\_y\\_ajustes\\_en\\_la\\_re\\_ordenaci3n\\_urbana\\_de\\_los\\_Tres\\_Turons\\_de\\_Barcelona](http://www.academia.edu/1944298/La_producci3n_social_del_espacio_urbano_Tensiones_y_ajustes_en_la_re_ordenaci3n_urbana_de_los_Tres_Turons_de_Barcelona)
- Puig, R. (2012). Barcelona Graffiti. Barcelona: Gustavo Gili.
- Reguillo, R. (2000). Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Bogotá: Norma.
- Silva, A. (2011). Atmósferas ciudadanas. Grafiti, arte público, nichos estéticos. Bogotá, Universidad Externado de Colombia.
- Silva, A. (1988). Graffiti una ciudad imaginada. Colombia: Tercer Mundo editores.
- Silva, A. (2008). Los imaginarios nos habitan. Quito: Olacchi.
- Silva, A. (1987). Punto de vista ciudadano. Focalización visual y puesta en escena del graffiti. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- Vidal Moranta, T. &. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares . Anuario de Psicología. vol. 36, n° 3 , 281-297.
- Yin, R. (1980). The case study crisis: Some answers. . Administrative Science Quarterly , 6 (1), 58-65
- Zmog, G. (28 de mayo de 2014). Entrevistado por Vargas, A.C., Iba-gué.