

Arte urbano y apropiación simbólica del espacio: La práctica de las propas y pegas en Mexicali

Christian Alonso Fernández Huerta*

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

.....

Resumen: El fenómeno de las pegas y propas, práctica entre jóvenes de Mexicali, Baja California, a pesar de ser parte del graffiti, advierte características que la diferencian de otras prácticas gráficas. Partiendo del análisis de los conceptos: juventud, gráfica y espacio, es posible interpretar este fenómeno, como una práctica de transformación y apropiación simbólica del espacio público.

A partir de entrevistas y de observación participante se describen y se analizan las prácticas, los discursos y los productos de este grupo de jóvenes, los cuales, nos permiten (re)pensar la ciudad al intentar dotar de sentido a las formas simbólicas que nos presenta.

Palabras Clave: Juventud, Graffiti, Espacio público urbano, apropiación simbólica, identidad.

Abstract: The pegas and propas phenomenon, spite of being part of the graffiti movement, notices characteristics that differentiate it from other graphical practices. Starting off the analysis of the concepts: youth, graphic and space, it's possible to interpret this phenomenon, as a practice of transformation and symbolic appropriation of the public space.

Using interviews and participant observation as a research strategy it's possible to described and analyzed the practices, the discourse and the products of this group of young people, who, allow us to (re)think the city when trying to make sense of the symbolic forms that it presents to us.

* Christian Alonso Fernández Huerta es maestro en estudios socioculturales por la Universidad Autónoma de Baja California. Actualmente labora en el Centro de Investigaciones Culturales-Museo de la UABC. Correo electrónico: christian@uabc.edu.mx

Keywords: *Youth, graffiti, urban public space, symbolic appropriation, identity.*

I. MIRAR A LA CALLE PARA COMPRENDER LO JUVENIL

El graffiti es parte del escenario urbano, se encuentra en todas las ciudades en forma de letras y figuras que parecen difíciles de descifrar, pero sin embargo están ahí, comunicando. Curiosamente hay tanta familiaridad con estas expresiones, que algunas veces pasan desapercibidas, no así para muchos investigadores en las ciencias sociales.

A pesar de ello, el fenómeno del graffiti, en particular el que se desarrolla en el contexto fronterizo en el que vivimos, brindaría interesante material de análisis. No sólo por la práctica en sí, sino por ser vehículo de expresión de un grupo particular de jóvenes.

Fue así como se fijó la mirada en el fenómeno de las pegas, práctica entre jóvenes de Mexicali que a pesar de ser parte del fenómeno graffitero, advierte características propias que la hacen diferente de otras prácticas gráficas. ¿Cuáles eran estas diferencias? Era un buen punto de partida para la investigación.

Al hacer las primeras indagaciones sobre el “estado del arte”, fue manifiesto que el fenómeno de las pegas, aunque ha recibido atención por algunos grupos e instituciones en la región, no se ha analizado con profundidad.

Cuando se ha abordado ha sido estudiado como parte de otros fenómenos como el graffiti o las pandillas, pero no existen estudios acerca de las características de la producción, empleo e interpretación de estas formas simbólicas particulares, que son valoradas y evaluadas constantemente por aquellos que las producen y reciben en la ciudad de Mexicali. Mucho más ahora que este fenómeno está tomando cierta notoriedad al convertirse en parte de la agenda pública, por distintas razones, como son el volumen de publicaciones acerca del tema, el reflejo en los medios de comunicación, los programas institucionales diseñados para combatir estas prácticas, las zonas transgredidas por este fenómeno, entre otros factores.

Por lo tanto este trabajo puede significar un aporte para los estudios sobre la cultura y la comunicación en Mexicali, porque produce conocimiento sobre procesos y discursos juveniles específicos de la región. Sus categorías son por separado pertinentes e interesantes: la ciudad, la gráfica¹ y los jóvenes; trabajarlas de manera integrada generará un trabajo

¹ Por gráfica se refiere a la elaboración de todo tipo de elementos visuales, utilizando técnicas como el dibujo, la pintura y el grabado, particularmente aquél que se realiza en la calle y de manera “ilegal”.

de resultados de gran importancia para entender los procesos discursivos y de reconfiguración identitaria en esta ciudad fronteriza.

Si bien es cierto que existe toda una corriente de estudios sobre lo urbano, además de una cantidad considerable de estudios sobre la juventud y sus prácticas, no se tiene conocimiento de alguno que aborde específicamente la problemática descrita y que articule todos los elementos presentes en el tema de investigación.

Existen publicaciones como la de Rossana Reguillo, *En la calle otra vez* (1995), o la de José Manuel Valenzuela, *Vida de barro duro* (1997) que sirven de guía para aproximarse a los procesos juveniles en barrios de Guadalajara y Tijuana respectivamente, y a la identidad de estos grupos que es mediada por sus prácticas. Otros textos importantes, ya sea por su temática similar o su aporte como modelo metodológico para el análisis de la producción de materiales gráficos de la calle son *Social semiotics* de Robert Hodge y Gunther Krees (1998); *La construcción simbólica de la ciudad* de Rosanna Reguillo Cruz (2005) y *Graffiteros de Morelia* de Margarita Vázquez (2003). Textos como estos son la base para comprender las distintas aristas del fenómeno a estudiar y buscar a profundidad la problemática social inscrita en estas prácticas, sin embargo ninguno trata particularmente del fenómeno de las *pegas* y *propas*.² También es importante mencionar otros trabajos como el catálogo de la exposición *Muros códigos restringidos* (2005) coordinado por Paola Ovalle, que es un importante precedente en el estudio de la práctica del graffiti en la ciudad de Mexicali.

Trabajos como el de Ovalle, y otros que han estudiado el graffiti en esta ciudad fronteriza, fueron fundamentales, pues brindaron elementos sobre los cuales construir esta investigación, pues permitieron establecer elementos diferenciadores entre estos productos gráficos particulares y otras formas simbólicas producidas por jóvenes en la ciudad.

Después de una primera aproximación al fenómeno y entrevistas exploratorias con jóvenes *pegadores*, se planteó el problema de investigación: Ante una serie de elementos como la ausencia de espacios sociales,³ el descontento hacia las instituciones y la falta de expectativas

² *Pegas* y *propas* es el término con el que se conoce en la frontera norte de México al *stencil art* y al *wheatpaste art*, corrientes del *street art* o *arte callejero*, que utiliza plantillas, pintura en aerosol, calcomanías y *posters* como medios de expresión, distinguiéndose de otras prácticas gráficas en la calle como el graffiti.

³ Esta ausencia de espacios sociales pudiera ser consecuencia de la reconfiguración de los espacios físicos en las ciudades, los cuales parecen estar diseñados para evitar la sana convivencia. Vías rápidas que impiden disfrutar y explorar el paisaje, complejos habitacionales que fomentan la territorialización, escasez de plazas públicas y zócalos,

a largo plazo, algunos jóvenes recurren a prácticas gráficas en la calle como estrategia de enunciación, a través de la cual objetivan algunos elementos constitutivos de sus visiones del mundo y les permite dotar de sentido el espacio público urbano, al mismo tiempo que se construye una idea de apropiación y transformación de este espacio.

A partir de la revisión del “estado del arte” y de la construcción del marco teórico, se brindó una posible interpretación a este fenómeno particular: Las prácticas de producción de ciertas formas simbólicas como las *pegas* o *propas*, objetivan parcial o totalmente las visiones del mundo de algunos grupos de jóvenes, además de dotar de sentido al espacio público urbano en el cual interactúan diariamente con otros actores sociales. A través de estas formas simbólicas los jóvenes se enuncian respecto del futuro incierto que se les ofrece y ejercen su capacidad de agencia en el ámbito cultural y de productores de significaciones en sus prácticas.

Este ejercicio de exploración y observación, tiene como objetivo identificar y registrar las formas simbólicas, el contexto de su producción y a los productores que conforman el objeto de estudio. A partir de este registro y ubicación de las formas simbólicas en la ciudad de Mexicali, se realizó un trabajo de hermenéutica para identificar el sentido que los jóvenes otorgan a estas formas simbólicas. Con este fin se utilizaron técnicas como la entrevista no estructurada, la cual permitió al entrevistador, sensibilizarse respecto a las preguntas que constituyen problemas importantes y con sentido para el entrevistado (Schwartz-Jacobs, 1984, p.63). También se utilizó la observación participante como complemento a la entrevista, lo cual permitió comparar las premisas con la realidad propuesta por los actores principales de este fenómeno social.

La metodología, el planteamiento y la premisa, son elementos dialécticos. Estos elementos están presentes, en mayor o menor medida, a veces de manera evidente otras no, dentro de todo el cuerpo de este trabajo de investigación. Sin embargo para fines prácticos y de orden, la investigación siguió este curso:

Una primera exploración del “estado de arte” en torno a tres conceptos fundamentales, al mismo tiempo que se sentaron las bases del marco teórico. Estos tres conceptos son: juventud, gráfica y espacio, conceptos que son abordados desde una perspectiva particular, la del fenómeno de las *propas* y *pegas* en Mexicali.

puntos de reunión que han sido relegados y sustituidos por los centros comerciales o *malls*. Todo esto ha provocado que algunos jóvenes busquen otras vías de expresión y nuevas formas de sociabilidad, como lo expresa Michel Mafessoli (1990).

A la luz de algunas contribuciones a la teoría social y a la teoría y análisis de la cultura, las aportaciones de Anthony Giddens, Pierre Bourdieu y John B. Thompson, principalmente, fue posible repensar este fenómeno particular, como una práctica de transformación y apropiación simbólica del espacio público.

Con la finalidad de sustentar estas ideas y contrastarlas con evidencias empíricas, se diseñaron estrategias que permitieron adquirir e interpretar los datos necesarios. Y ya que este trabajo parte de que lo “real” y lo “verdadero” se construye (Berger, 1968) a través de la experiencia cotidiana, la única manera de acceder a esta “realidad” es por medio de la interpretación. (Geertz, 1992).

De esto deviene que todas las decisiones metodológicas estén encaminadas a lograr adentrarse en los procesos por los cuales estos jóvenes experimentan la realidad, o al menos una parte de su realidad, aquella que tiene que ver con la producción de sentido a través de estas formas simbólicas (*pegas* o *propas*) en el espacio público urbano.

II. LA PRÁCTICA COMO ELEMENTO QUE DOTA DE SENTIDO A LO JUVENIL

Antes de describir las prácticas y los productos de este grupo de jóvenes de Mexicali, es importante señalar la importancia de la práctica⁴ como elemento que dota de sentido a lo juvenil.

A través de la práctica es que los jóvenes se construyen como grupo de referencia y se diferencian del “otro”. Su hacer los distingue e identifica como grupo en el escenario social. A través de ciertas prácticas, los jóvenes participan en el tiempo y el espacio del contexto social, a la vez que formulan una dimensión de su identidad social.

Un claro ejemplo es el fenómeno graffitero, el cual:

[...] se inserta de manera importante como parte de la crisis de las identidades sociales. Son jóvenes que reconstruyen viejos referentes de identidad y los ponen a funcionar en un nuevo contexto. De esta manera participan en la disputa cotidiana que establece la construcción sociocultural de los espacios. (Valenzuela, 1997, p.98).

⁴ Las prácticas son las formas en que los individuos, en este caso los jóvenes, hacen determinadas cosas. Estas prácticas son hechos y/o acciones que se repiten y que están dotadas de significados.

Esta construcción sociocultural de espacios a través de expresiones que son producto de las prácticas juveniles, está presente desde los inicios del fenómeno del graffiti cuando grupos u organizaciones políticas, utilizaban las paredes para plasmar sus demandas. Después fueron las pandillas, las que recurrieron a las pintas para marcar cierto territorio e identificarse como grupo. Autores como Valenzuela (1997: 54) identifican este uso del graffiti consecuencia de la redimensión de la juventud como concepto y realidad a partir de la segunda posguerra.

Actualmente la práctica del graffiti ha tomado diversos significados y sentidos, no sólo es utilizado como marca de identidad de grupo o como vehículo para dar a conocer una opinión o postura frente a un tema.

De ahí que aparezcan una serie de estudios que abordan el graffiti como una práctica que no sólo afirma el sentimiento de pertenencia entre los jóvenes de la colonia del Fresno en Guadalajara (Reguillo, 1995), sino que también sirve como expresión de la individualidad mediante la realización de los *tags* o placazos. Los cuales, a su vez, marcan y dejan el rastro del movimiento de los sujetos jóvenes en el territorio urbano, como es el caso de algunos jóvenes de clase media en Mexicali. (Ovalle, 1995)

Los *tags* o *placazos*⁵ son modos particulares en los que los grupos de jóvenes denominan el graffiti. En la frontera, para aquellos más apegados al sentido y la estética del graffiti estadounidense, se refieren al *tag* o *sign*. En estudios realizados en las ciudades como Guadalajara y el Distrito Federal, especialmente en la práctica del graffiti asociada a las bandas en los años ochenta, se habla de placazos. Paola Ovalle (2005) y Rossana Reguillo (1995), han explorado la práctica del *tag*, y del placazo, respectivamente, como medios de expresión de lo juvenil consecuencia de la falta de espacios, tanto físicos como sociales, para los jóvenes en la ciudad.

Un ejemplo de cómo se relaciona el graffiti con la búsqueda de espacios, tanto físicos como sociales, lo podemos encontrar en el trabajo de Rayport (1995). Aquí la autora nos presenta la práctica del *tusovka*, que consiste en reuniones informales que realizan algunos jóvenes rusos con intereses afines. Estos jóvenes se agrupan en distintos lugares de la ciudad para platicar y fraternizar, utilizando el graffiti para comunicarse entre sí e inscribir la identidad del grupo en los distintos lugares en que se reúnen, los cuales pueden ser desde una plaza pública hasta una

⁵ Los *tags* o *placazos* son “firmas” o “etiquetas” que utiliza una persona o grupos de personas para identificarse y/o marcar su tránsito por un espacio. Cada grupo tiene su “firma”, usualmente son las siglas o la abreviatura del nombre de su grupo y cada miembro del grupo, también tiene su “firma”, por lo general es un apodo o seudónimo.

bodega abandonada. Estos grupos y sus prácticas son parte de lo que Rayport (1995) denomina espacios culturales no oficiales, que se distinguen de las instituciones culturales ideologizadas, como el caso de la iglesia o la escuela.

Estos grupos de jóvenes, aunque informales, tienen una organización y estructura, tienen códigos particulares y, lo más importante, prácticas que los identifican como miembros de este grupo. La *tusovka* no sólo es el propósito del grupo sino el medio para construir una identidad, al mismo tiempo que les permite expresar sus narrativas y compartir sus experiencias, aspectos que desde su perspectiva no tienen cabida en los espacios institucionales.

Otros trabajos como *Vida de barro duro* de José Manuel Valenzuela (1997) exploran esta relación entre espacios y prácticas, pues para el autor “detrás de este fenómeno [el graffiti] subyace la ausencia de espacios de expresión para los jóvenes en los cuales ellos participen de manera amplia y libre, sin censuras moralistas”. (p.98).

La práctica del graffiti parece ser una opción a las formas tradicionales de expresión, y una forma de objetivar las subjetividades de algunos jóvenes que piensan en la posibilidad de la ciudad como espacio para la enunciación de sus discursos, que, aunque ciertamente, muchos de estos son crípticos, maneja un código propio con reglas particulares y sólo pueden ser comprendidos dentro de la lógica del grupo de productores de estas expresiones; al ser colocados en la vía pública, éstas también están dirigidas a aquéllos que no manejan esos códigos, y por lo mismo, también representan y significan para éstos.

Por lo anterior habría que diferenciar la práctica del graffiti entre:

1) Pandillas que operan en barrios de ciudades medias en México y colonias chicanas en los EEUU cuyo fin es la delimitación de su territorio (Reguillo, 1995; Valenzuela, 1997).

2) Grupos de jóvenes en las principales ciudades de Estados Unidos, que producen un tipo de graffiti con una fuerte carga de sátira política y social. (Rafferty, 1991).

A pesar de estas diferencias, el hecho de realizar graffiti constituye un acto simbólico que irrumpe el *status quo*, las reglas y las normas sociales, pues lo que está en juego es la inclusión del grupo de jóvenes que realiza estas prácticas en el escenario urbano, la posibilidad de expresión, el poder de enunciación y el uso del espacio.

III. ESPACIO PÚBLICO URBANO COMO ESCENARIO DE LAS PRÁCTICAS GRÁFICAS

De Certeau (1996) hace una clara distinción entre espacios y lugares. Los lugares son configuraciones estables, un orden en el que se distribuyen los elementos. Así, cada elemento tiene su “sitio propio”, por lo tanto, es imposible que dos elementos estén en el mismo lugar. Pero al hablar de espacio, se toman en cuenta “los vectores de dirección, las cantidades de velocidad y la variable de tiempo. El espacio es un entrecruzamiento de movilidades [...] En suma, el espacio es un lugar practicado”. (p.129).

Esto quiere decir que lo que hacemos en estos lugares, los usos que les damos, el tipo de relaciones que establecemos dentro de ellos, son elementos que definen los espacios. Una manera de definirlos a partir de estos usos, es lo que se refiere a lo público y lo privado, lo cual se construye a partir de una constante negociación entre los actores sociales y entre los actores y las instituciones.

Espacio público, espacio urbano, espacio social, espacio cívico, son categorías que denominan, en términos generales, el espacio público urbano. Con esto, Alison Brown (2006) se refiere a los espacios físicos y las relaciones sociales que determinan el uso de ese espacio dentro del ámbito público de las ciudades. El espacio público urbano incluye las plazas, los caminos, las calles, pero también los lotes baldíos, lugares en desuso, las zonas en las periferias, etcétera. Lo interesante de esta noción es que la distinción no se basa en la propiedad del espacio, pues aunque sea propiedad privada, si está abandonada se puede considerar como espacio público urbano, siempre y cuando se utilice este espacio como un recurso de la comunidad.

Los usos que se le den a este espacio público urbano, son tan diversos como los proyectos de los distintos grupos que conviven en él. En el caso de los jóvenes, es común que utilicen este espacio como lugares de reunión o escenario para sus prácticas, una de estas prácticas asociada al ámbito de lo juvenil es el graffiti.

La generación de productos gráficos y su puesta en escena en el espacio público urbano han sido abordadas en algunos estudios de lo juvenil (Reguillo, 1995; Valenzuela, 1997; Vásquez, 2003). Sin embargo, pocos estudios han abordado la práctica en sí o los usos que algunos grupos de jóvenes le dan a estas prácticas gráficas, especialmente el graffiti, dentro del espacio público urbano.

Los estilos tan variados del actual graffiti hacen difícil definirlo. El graffiti aparece en los sesenta como marca colectiva. Ahora puede ser cualquier cosa, un *poster*, una pintura o un juguete de plástico pegado

a la pared. En su interpretación más sencilla y tradicional, graffiti se refiere a un estilo de escritura originada en Nueva York a finales de los años sesenta, generalmente relacionada con el movimiento del *hip hop*, o en la mayoría de los casos con el fenómeno de las pandillas. Para distinguir este graffiti “clásico” de otras expresiones, se utilizan otros términos para describir las obras gráficas que se producen en la calle, como *street art*, término que aparece en la década de los ochenta para describir cualquier tipo de arte en el entorno urbano que no esté dentro del estilo “clásico” predominante. (Manco, 2004).

Una de las expresiones del graffiti que remite a nuevos usos de los espacios públicos, es el llamado *guerrilla art*. Este tipo de expresión es una corriente del *street art*, término con el que se denomina al arte creado y expuesto en el espacio público. (Sommer, 1975).

El *street art* se clasifica dependiendo por su ubicación, el material utilizado, los productores, las intenciones que persiguen, etcétera. Este último punto, el de la intención, es lo que distingue al *street art* de las prácticas gráficas que realizan las pandillas para delimitar su territorio y adscripción grupal (Rafferty, 1991).

Del *guerrilla art* se desprenden técnicas como lo son el *stencil art*, el *sticker art* y el *wheatpaste* o *poster art*, que en México se les conoce generalmente como *esténcil* y *pegas*.⁶ Estas expresiones se caracterizan por el uso de la ciudad como soporte con el objetivo de alterar este espacio con la presencia de materiales gráficos y de provocar “algo” en el espectador, esté o no familiarizado con los códigos de este tipo de expresión gráfica.

IV. PROPAS, PEGAS Y PEGADORES

A la par del surgimiento de estas prácticas culturales y con el avance de las tecnologías de información y comunicación en las últimas décadas del siglo pasado, se ha consolidado una poderosa industria del tiempo libre en la que la circulación de las imágenes se ha convertido en el

⁶ El *esténcil* es una técnica en donde se utiliza papel o cartón para crear una imagen o texto que es de fácil reproducción y a partir de este diseño se realiza una plantilla para poder transferirla a cualquier superficie con el uso de pintura. La *pega* se caracteriza porque el dibujo o mensaje es plasmado en una calcomanía o en un *poster* que generalmente es pegado en lugares visibles y de mucho tránsito. Estas pegas pueden promover una agenda política, social, ser parte de un movimiento artístico o simplemente ser medios de expresión para algunos. Esta técnica es muy popular entre los adolescentes por su fácil uso y reproducción. En Mexicali, a estas técnicas y otras similares se conocen comúnmente como *propas* o *pegas*.

lenguaje principal. Los medios masivos de comunicación junto con la extensa red de publicidad que envuelve a las ciudades, conforman este circuito de imágenes con que se interactúa cotidianamente.

Las nuevas generaciones son inminentemente visuales, su mundo se construye alrededor de la imagen, la marca, el icono, el símbolo. Los jóvenes comprenden y valoran el poder de la imagen, y esto lo han incorporado en su vida diaria, desde la manera en que se representan hasta la forma en que construyen su discurso. Por supuesto que los medios masivos, a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, han sabido capitalizar este “culto” a la imagen.⁷

La publicidad se ha convertido en parte importante de la producción cultural. Su presencia cotidiana a través de los medios ha colonizado los espacios públicos y privados, consolidándola como uno de los medios más efectivos para la circulación de discursos y la producción social de sentido (Margulis, 1998).

Ante esta invasión publicitaria en la vida cotidiana, surge un movimiento denominado *propaganda absurda*, el cual utiliza técnicas del *guerrilla art* como el *esténcil* y la *pega*, para tomar objetos de la vía pública como postes, señalamientos, paredes de edificios, y otros que son intervenidos con estas formas simbólicas crípticas que llaman la atención del transeúnte, mismo que no siempre puede comprender el significado de la intervención. Esténciles y pegas podrían ser en este sentido una respuesta que pondría de manifiesto el descontento de ciertos grupos de jóvenes ante el bombardeo de imágenes al que son sometidos en la sociedad de consumo.

Este movimiento comenzó a principios de la década de los noventa por un joven estudiante de la Rhode Island School of Design llamado Shepard Fairey, quien inició una campaña de pegas con la imagen de un luchador llamado André the Giant y la leyenda “André the Giant has posse”, que podría traducirse como “André el Gigante tiene una pandilla de seguidores”, esto después evolucionaría en la campaña Obey (obedece), la cual, inspirada en la frase de Marshall McLuhan “el medio es el mensaje”, busca parodiar la propaganda política y corporativa. Esta propaganda absurda se ha esparcido por el mundo y tomado distintos matices, aunque conservando las características principales

⁷ Autores como Mario Margulis (1998) hablan del “avance de la cultura de la imagen” como parte del contexto cultural juvenil, mientras que Roland Barthes (1986) se refiere a la “civilización de la imagen”, que si bien es un elemento primordial en la época actual, la escritura y la palabra siguen siendo elementos consistentes en la estructura de la información.

del fenómeno, como que es realizado por jóvenes generalmente en la clandestinidad y con un carácter subversivo, utilizando como soporte la ciudad, interviniendo en el ámbito de lo cotidiano.⁸

Intervenir en lo cotidiano implica, para algunos artistas de la gráfica urbana, algo que va más allá de una reacción a la publicidad que incita al consumismo o la mera necesidad de plasmar una marca personal en su entorno, es la misión de reclamar los espacios públicos (Manco, 2004:11). El escenario por excelencia para los artistas gráficos es el espacio público urbano. Este escenario ofrece un espacio pluridimensional en el que coexisten identidades y proyectos diferenciados, en el que aparece una gran red de comunicación que interpela a los diversos actores sociales (Reguillo,1991:76).

En el caso de Mexicali, el fenómeno de las *pegas* y *propas* tiene características similares al *guerrilla art* y a la *propaganda absurda*. Esta actividad se ha popularizado entre los jóvenes y muchos de ellos empiezan a utilizar estas técnicas como medio de expresión con características locales.

Aunque no se conoce con exactitud cómo los jóvenes de esta ciudad tienen su primer contacto con la práctica de las *propas* y *pegas*, una de las intenciones de la presente investigación es corroborar si la condición fronteriza de Mexicali es un factor que permite la observación y aprendizaje directo de prácticas culturales existentes de uno u otro lado de la frontera, como el caso de este tipo de expresiones gráficas. En este proceso también cabe la posibilidad del contacto virtual que ofrecen las nuevas tecnologías de información y comunicación, especialmente el internet, para compartir mensajes y experiencias. Estos elementos están inscritos en el proceso de mundialización,⁹ que se caracteriza por la apropiación cultural.

Al hablar de apropiación cultural se hace referencia a la incorporación de elementos culturales provenientes de otros contextos, que al apropiarse se transforman y adquieren nuevos y diversos sentidos (Valenzuela,1997: 73). Por esta razón, el fenómeno de las *propas* y *pegas*, aunque comparte características con el graffiti y otro tipo de prácticas de producción de materiales gráficos en las calles, sus objetivos y fines, parecen ser diferentes. La relevancia de este estudio radica precisamente en identificar qué es lo que motiva a los jóvenes *pegadores* y *properos* en Mexicali a salir a las calles y dejar en el espacio público esta marca. De ahí la necesidad de analizar estas prácticas y productos, a través de la mirada de sus productores.

⁸ Consultar la página web de Shepard Fairley, <http://www.obeygiant.com>, donde explica el objetivo de este “experimento fenomenológico” en su manifiesto.

⁹ Por mundialización se entienden los efectos del proceso de globalización en la cultura.

Las características de esta práctica juvenil y los proyectos de este grupo de productores de *propas* y *pegas* nos ayudarán a comprender la relación entre jóvenes, gráfica y espacio, en el caso de la ciudad de Mexicali.

Antes de hablar de esta práctica es necesario describir a quienes la realizan: los jóvenes *pegadores* (véase cuadro 1). La mayoría son jóvenes entre los 16 y 23 años, generalmente de clase media o media alta, habitantes de la zona urbana de Mexicali. La mayoría son estudiantes de nivel medio superior o superior. Algunos combinan los estudios con trabajos de medio tiempo, pero la gran mayoría dependen económicamente de sus padres.

Estos jóvenes han crecido en la frontera, por lo tanto, están expuestos a la cultura de Estados Unidos, entienden y hablan su idioma, visitan el país vecino frecuentemente y consumen sus productos culturales. Son jóvenes con acceso, conocimiento y manejo de las nuevas tecnologías. Estas

CUADRO 1
Características del sujeto y la práctica.

Dentro de lo social	Dentro de lo cultural
• No hay una organización definida, pero existen redes de comunicación y cooperación, códigos y reglas que estructuran sus prácticas. • No hay una adscripción territorial como grupo, pero sí hay una construcción personal del territorio. • Hay una negociación de lo legal y lo ilegal de la práctica. • Aunque puede tener una composición transclasista, generalmente los productores son de clase media y media-alta. • Son jóvenes con acceso, conocimiento, y manejo de las nuevas tecnologías. • Su capacidad de agencia les permite operar dentro, fuera y al margen de las instituciones.	• Existe una conciencia de grupo, aunque no es tan evidente como con otros grupos juveniles. • Sus acciones siempre van encaminadas sobre el terreno de lo simbólico. • Se expresa su identidad a través de diversas narrativas (estéticas, plásticas, musicales, etcétera). • Hay una búsqueda de reconocimiento dentro y fuera del grupo, pautada por elementos como la creatividad, la trasgresión, el riesgo, etcétera. • La producción del icono o imagen es individual pero la práctica es generalmente colectiva.

Fuente: Elaboración propia.

herramientas tecnológicas son utilizadas para la producción de las *pegas* (software de dibujo y edición de imágenes) y para la creación de redes locales, nacionales e internacionales de *pegadores* (internet).

Aunque no hay un proyecto colectivo sí existe una conciencia de grupo, es decir, se asumen como parte de algo mucho más grande, el movimiento del *street art* o el de *propaganda absurda*. Aunque es posible que el *pegador* actué solo, ya que la producción de la imagen o el icono es algo individual, casi íntimo, es común que varios jóvenes se reúnan para salir a pegar en la ciudad.

A diferencia de otras prácticas gráficas realizadas en la calle, las *pegas* o *propas* no marcan territorios, sino momentos y espacios específicos, los cuales se vinculan con el joven a través de una apropiación simbólica basada en un ejercicio de “memoria”.

Estas *pegas* sirven como marcadores del tránsito de este grupo de jóvenes en la ciudad. Al transitar por los espacios donde se ha realizado la *pega*, o al observar el registro fotográfico o videográfico del proceso de realización de la *pega* y de las condiciones en que fue realizada, el *pegador* recuerda y “re-significa” el espacio, haciéndolo suyo.

Bajo la lógica del *pegador*, el espacio me pertenece, no sólo porque tiene *mi* marca, sino porque tiene un significado particular y distintivo. Se crea un vínculo que cumple la función de detonador de los procesos nemotécnicos, a la vez que refuerza el proceso de significación de la *pega*, al convertirse en evidencia de su presencia en el ámbito público.

Algo importante a resaltar es que este proceso de apropiación es conscientemente simbólico, y muchas veces efímero, debido al constante cambio de la fisonomía de la ciudad.

Estas prácticas gráficas también funcionan como vehículos de comunicación. A través de las *pegas* o *propas* los jóvenes pueden referirse a su entorno y condiciones, pueden articular mensajes contra los procesos institucionales y pueden expresarse respecto de su persona y la de los demás.

A través de estas expresiones en la ciudad, los jóvenes no sólo introducen su pensamiento y concepción del mundo, sino que les permiten interactuar, en un nivel simbólico, con otros actores sociales, que posiblemente en otras condiciones no lo harían. La aceptación o rechazo, la valoración y juicio de estas prácticas gráficas por parte de otros actores sociales y las instituciones, sirven de retroalimentación para el *pegador*. Son los medios de comunicación y la postura de las instituciones ante estas prácticas el termómetro de este intercambio simbólico.

Si bien el graffiti se puede definir como mensajes o conjuntos de mensajes que se identifican por un carácter marginal, anónimo, espontáneo

y generalmente ilegal. En el caso de las *pegas* o *propas*, un tipo particular de graffiti, éstas no comparten todas las características.

Aunque marginal e ilegal por naturaleza, existen espacios y momentos en los cuales pierde estas características, por ejemplo en museos y exposiciones auspiciadas por instituciones educativas y gubernamentales. En el caso del elemento de espontaneidad, este es relativo, aunque algunas veces existe un impulso por hacer la *pega*, impulso que es, por supuesto, espontáneo, también hay un trabajo de planeación y organización para la producción y realización de la *pega*.

Al igual que la espontaneidad, el anonimato es relativo, pues la búsqueda por la aceptación y el reconocimiento de otros *pegadores*, invita a estos jóvenes a buscar cierto protagonismo, incluso en ámbitos institucionales (galerías, exposiciones, festivales, etcétera). Esta búsqueda de reconocimiento se apoya en la creación de redes virtuales a través de internet, redes que operan apoyándose de portales como *Hi-5*, *My Space* y *You Tube*, sitios que permiten no sólo intercambiar mensajes, sino experiencias respecto de la práctica de las *pegas* y *propas*.

Internet es un elemento importante dentro de la dinámica de las *pegas*, pues permite entrar a otra esfera de lo público. Los trabajos de los jóvenes *pegadores* no sólo son vistos en la calle por los habitantes de Mexicali. También existe la posibilidad de que cualquier ciudadano del mundo con acceso a internet pueda ver y significar estas *pegas*. Esto resulta atractivo para el *pegador* y abre, literalmente, un mundo de posibilidades de intercambio simbólico con otros individuos.

Todos los elementos anteriores nos presentan a un joven con capacidad de incidir en su entorno, través de una práctica y unos códigos alternativos a las vías institucionales.

Y a pesar de no estar de acuerdo con algunas de estas instituciones, comprenden la necesidad de mantener una relación, si bien algunas veces marginal, al fin y al cabo una relación dentro de la lógica de los procesos institucionales.

Para estos jóvenes, esta práctica funciona como un paréntesis en su vida institucional (escuela, trabajo, familia, iglesia, etcétera), sin embargo, al estar formados dentro de estas instituciones muchos de ellos tienen aspiraciones a seguir estos patrones estructurales, ejemplo: tener una educación, formar una familia, tener un trabajo. Todos los informantes estudian, estudiaron o van a estudiar una licenciatura, pues reconocen la importancia de que su conocimiento sea validado por una institución, ya que la educación formal es una manera de integrarse a la sociedad productiva, sin embargo, hay una negociación al buscar estudiar carreras que les permitan continuar explorando estas expresiones realizadas a partir

de la práctica de las *pegas* o *propas*. Algunos de estos jóvenes buscan estudiar una licenciatura en artes o en diseño gráfico, otros estudian psicología o ciencias de la comunicación, integrando elementos de estas disciplinas a sus trabajos en la calle, pensándolos o incluso justificándolos a partir de éstas.

Algunos *pegadores* buscan integrar la práctica no sólo al ámbito educativo sino también al laboral, pensando en ella como un medio para obtener un beneficio económico. Jóvenes *pegadores* quienes comercializan sus diseños en camisetas, utilizando las *pegas* o *propas* como estrategia publicitaria.

Este tipo de contradicciones son comunes en los *pegadores*. ¿Es posible que utilicen esta práctica como estrategia para posicionar una imagen como una marca, cuando busca, aparentemente, combatir el exceso de publicidad en las calles? ¿Es posible que estos jóvenes que piden espacios para expresarse, estigmaticen a los *grafitteros* y a las pandillas por hacer aparentemente lo mismo?

Esto es posible ya que a pesar del descontento con las instituciones, estos jóvenes fueron formados dentro de estas instituciones, reproduciendo sus patrones y reglas, pero también utilizando sus recursos para generar sus propios espacios y poder tener estas expectativas y aspiraciones que se mencionaban anteriormente. Si bien no están de acuerdo con la sociedad consumo, deciden utilizar algunos referentes y re significarlos para su beneficio, ejemplo: la creación de una “marca” y su posicionamiento en el circuito de imágenes de la ciudad.

Aunque se reconocen como *pegadores*, incidiendo en el espacio público urbano con ciertas prácticas gráficas, no se asumen como *graffitteros*, no en el sentido que lo entiende la autoridad y las instituciones. Por esto reproducen el discurso oficial en contra de este “vandalismo”, como una manera de diferenciarse de éstos otros grupos de jóvenes.

Esto nos lleva al siguiente punto, la autorreferencia. En mi opinión la ubicación geográfica de Mexicali ha sido un elemento primordial en la historia cultural de la ciudad y sus habitantes. El ser frontera ha permitido, a algunos jóvenes, tener referentes muy particulares. El contexto de frontera, no como línea que separa sino lugar donde se confluye, en este caso dos países, ha generado en algunos jóvenes una identificación con el territorio cultural más que un espacio geográfico determinado. Esto ha permitido crear una identidad juvenil fronteriza particular, la cual se expresa a través de distintas narrativas. Estos jóvenes en particular han decidido hacerlo a través de las *pegas* y *propas*.

El consumo de los productos mediáticos de nuestro vecino del norte, la moda, la música y ciertos elementos discursivos se repiten y son

constantes entre estos jóvenes, sin embargo, es la práctica gráfica en la calle lo que los agrupa y cohesionan.

Una función importante de *pegas* y *propas*, es la posibilidad de auto-referirse a partir de la práctica. Es decir, sólo aquel que realiza *pegas* puede nombrarse *pegador*, ayudando a construir una dimensión de su identidad juvenil.

Aunque existen diferentes maneras de ser joven y de vivir la juventud, y si bien la sociedad contemporánea permite múltiples dimensiones de la identidad, hay elementos que ayudan a definir esta faceta del joven como *pegador*, entre ellos, la práctica misma, el uso de ciertos códigos y el intercambio simbólico con sus pares e individuos ajenos a la práctica mediante la puesta en escena de estas expresiones gráficas en la calle.

Para los *pegadores*, el hacer *pegas*, representa un estilo de vida. Una posibilidad de cambio. Una manera de ser diferente a los demás. Al realizar estas prácticas gráficas los jóvenes salen de lo que ellos llaman “rutina”, que no es más que el seguimiento de las pautas institucionales.

Las *pegas* les permiten cambiar la manera en que actúan en su entorno y se relacionan con los demás. El salir a la calle y exponerse al encuentro de otros, cara a cara o a través de sus imágenes, es un reto. No sólo por la naturaleza ilegal de la práctica sino porque, según su perspectiva, buscan mejorar la ciudad utilizando un medio que la mayoría de la población considera contaminación visual o vandalismo. Esto los lleva a la búsqueda de la constante mejora, *pegas* más grandes, en lugares más vistosos, con diseños más elaborados. Es una competencia, pero no contra otros *pegadores* o *graffiteros*, sino consigo mismo.

Independientemente si es de manera legal o ilegal, dentro o fuera de estos espacios institucionales, se busca crear algo nuevo, distinto, que haga voltear al transeúnte que pasa por el espacio que utilizó el *pegador*.

Estas condiciones nos llevan a replantear la noción del joven contemporáneo como un individuo pasivo ante la sociedad, y refiere la posibilidad del joven *pegador* mexicalense como un actor social con agencia, capaz de incidir en el ámbito de lo público, en un diálogo constante entre la búsqueda de oportunidades estructurales y un fin personal de búsqueda a sí mismo. Las exposiciones y festivales de arte urbano realizados en Mexicali durante el proceso de esta investigación, nos hablan de la capacidad de agencia de estos jóvenes para poder entrar y salir de estos marcos institucionales según les convenga o beneficie. Su capacidad de negociación con las autoridades u otros actores sociales para la realización de esta práctica de forma legal en determinados momentos y lugares dentro del espacio público urbano. Otro ejemplo es la incorporación de estas prácticas a los espacios educativos, en forma de

cursos y talleres, a partir de la gestión de estos jóvenes que buscan introducir las *pegas* y *propas* a los procesos de educación institucional.

Aunque no podemos hablar de la redención del joven contemporáneo como un actor social políticamente activo, sí es posible diferenciar a este grupo de jóvenes de otros por sus formas de organización y acción. Los *pegadores* no sólo incorporan sus procesos de identificación surgidos de reglas, códigos y maneras de expresarse particulares del grupo, sino que han sabido construir sus propias redes a partir de sus propios medios trascendiendo el escenario local (*las pegas* en Mexicali) para insertarse en una dinámica sociocultural a nivel global (el movimiento del arte en la calle, la *propaganda absurda*, las culturas juveniles, etcétera).

Como se puede constatar, tanto desde la perspectiva cultural como desde la perspectiva de los estudios comunicativos, estas prácticas realizadas por este grupo particular de jóvenes y otros grupos con características similares, demandan una agenda de investigación que permita entender cómo se articulan estos procesos de construcción de espacios liderados por jóvenes.

FUENTES REFERENCIALES

- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós.
- Berger, P., Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Brown, A. (Ed.) (2006) *Contested space. Street trading, public space and livelihoods in developing countries*. Rugby: ITDG Publishing.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Giddens, A. & Turner, J. (1990). *La teoría social hoy*. Madrid: Alianza.
- Giddens, A. (2003). *La constitución de la sociedad. Bases para la estructuración de la sociedad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hodge, R. & Cress, G. (1998). *Social semiotics*. Cambridge: Polity Press.
- Manco, T. (2004). *Street logos*. New York: Thames & Hudson.
- Margulis, M., & Urresti, M. (1998). *La construcción social de la condición de juventud* en Cubides, H., Laverde, M. C., y Valderrama C. E. (Eds.). *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. (pp.3-21). Bogotá: Siglo del hombre.
- Rafferty, P. (1991). Discourse on difference: Street art/graffiti youth. *Visual Anthropology Review*, vol.7 number 2, 77-84.

- Rayport, J. S. (1995). *Negotiating identity in a world turned upside down: Russian youth cultural practice in Leningrad, 1990-1991*. Polar, vol.18, núm. 1, 57-62.
- Reguillo, R. (1995). *En la calle otra vez*. Guadalajara: ITESO.
- (2005). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Guadalajara: ITESO.
- Schwartz, H & Jacobs, J. (1984). *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. México: Trillas.
- Sommer, R. (1975). *Street art*. New York: Links.
- Thompson, J. B. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Valenzuela, J. M. (1997). *Vida de barro duro. Cultura popular juvenil y graffiti*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2003). *Los estudios culturales en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vázquez, M. (2003). *Graffiteros de Morelia*. México: Conaculta.