



La apreciación del grafiti como arte urbano.

El caso del Graffiti Fest en Puerto Vallarta

DOI: <https://doi.org/10.21158/21451494.v10.n0.2019.2679>

Camilo Patiño-García
Universidad de Guadalajara, México
camilo.patino@academicos.udg.mx

Montserrat Alejandra Belmonte-Castillo
Instituto Tecnológico de La Piedad, México
monris98@gmail.com



1 Licenciado en Estudios Internacionales - Universidad de Guadalajara. Maestro en Ciencias Sociales - Universidad de Guadalajara. Doctor en Ciencias para el Desarrollo - Universidad de Guadalajara. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5136-3472>

2 Estudiante de la carrera Ingeniería en Administración en el Instituto Tecnológico de La Piedad perteneciente al Tecnológico Nacional de México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3470-5562>

Cómo citar este artículo:

Patiño-García, C.; Belmonte-Castillo, M. A. (2019). La apreciación del grafiti como arte urbano. El caso del Graffiti Fest en Puerto Vallarta. *Revista Comunicación, cultura y política*, 10, 70 - 100. DOI: <https://doi.org/10.21158/21451494.v10.n0.2019.2679>

Resumen

El grafiti como arte urbano es un concepto difícil de encasillar, desde su concepción como un constructo cultural, hasta su categorización, dada su heterogeneidad de creación. Sin embargo, estas obras transitorias tienen una representación en la sociedad que interpreta y valora su mensaje, a su vez que lo dignifica como arte. El presente trabajo examina la relación entre el arte urbano creado en Puerto Vallarta, en específico las intervenciones realizadas en el evento Graffiti Fest, con la percepción y la apreciación de la comunidad habitante de los espacios en los que se plasmaron las obras. A partir de una definición abierta del arte se investiga la institucionalización, la representación y el reconocimiento de las obras por parte de la comunidad. El artículo plantea una revisión conceptual sobre el arte urbano y el grafiti para establecer su valor como arte en relación con su contexto y apropiación. Se estudia el Graffiti Fest por medio de entrevistas a los autores, con el propósito de identificar su actividad como una forma de expresión y divulgación artística que busca acercar el grafiti en cuanto forma de arte a la sociedad. Además, se analiza la apropiación de la comunidad, por medio de una entrevista aplicada a la población, a fin de determinar su concepción del grafiti como arte y la valoración de las obras realizadas. Los resultados muestran que la identificación como forma de arte de las obras es resultado de su institucionalización y vinculación con el muralismo callejero y el grafiti artístico.

Palabras clave: grafiti; arte urbano; Graffiti Fest; creación artística; muralismo callejero; grafiti artístico; arte en la ciudad.

The appreciation of graffiti as urban art. The case of the Graffiti Fest in Puerto Vallarta

Abstract

Graffiti as urban art is a difficult concept to pigeonhole, from its conception as a cultural construct, to its categorization, given the heterogeneity of its creation. However, these transitory works have a representation in a society that not only interprets and values their message, but also dignifies it as art. This work examines the relationship between urban art created in Puerto Vallarta, specifically the interventions made in the Graffiti Fest event, and the perception and appreciation of the community living in the spaces where the works were shaped. Based on an open definition of art, the institutionalization, representation, and recognition of the works by the community are investigated. The article proposes a conceptual review of urban art and graffiti to establish their value as art in relation to their context and appropriation. The Graffiti Fest is studied through some interviews with the authors, with the purpose of identifying their activity as a form of artistic expression and dissemination that seeks to bring closer to society the concept of graffiti as a form of art. In addition, we analyzed the appropriation of the community through an interview applied to the population, conducive to determine their conception of graffiti as art and the value of the works that have been produced. The results show that the identification of these works as art comes from the institutionalization and linkage to street mural painting and artistic graffiti.

Keywords: *graffiti; urban art; Graffiti Fest; artistic creation; street muralism; artistic graffiti; art in the city.*

A valorização do grafite como arte urbana. O caso do Graffiti Fest em Puerto Vallarta

Resumo

O grafite como arte urbana é um conceito difícil de classificar, desde a sua concepção como uma construção cultural até a sua categorização, por sua heterogeneidade de criação. Porém, essas obras transitórias têm uma representação na sociedade que interpreta e valoriza sua mensagem, por sua vez dignificando-a como arte. Este estudo examina a relação entre a arte urbana criada em Puerto Vallarta, especificamente as intervenções realizadas no evento Graffiti Fest, e a percepção e valorização da comunidade que habita nos espaços em que as obras foram exibidas. A partir de uma definição aberta de arte, investiga-se a institucionalização, a representação e o reconhecimento de obras por parte da comunidade. O artigo apresenta uma revisão conceitual da arte urbana e do grafite para estabelecer seu valor como arte em relação ao seu contexto e apropriação. O Graffiti Fest foi estudado através de entrevistas com os autores, com o objetivo de identificar sua atividade como uma forma de expressão e difusão artística que busca trazer o grafite como uma forma de arte para a sociedade. Além disso, analisou-se a apropriação da comunidade, através de uma entrevista aplicada à população, a fim de determinar a concepção do grafite como arte e a valorização das obras realizadas. Os resultados mostraram que a identificação como forma de arte das obras é o resultado de sua institucionalização e união com os muros de rua e o grafite artístico..

Palavras-chave: *grafite; arte urbana; Graffiti Fest; criação artística; muros de rua; grafite artístico; arte na cidade.*

Appréciation du graffiti dans l'art urbain.

Le cas du Graffiti Fest de Puerto Vallarta

Résumé

Le graffiti en tant qu'art urbain est un concept difficile à classer compte tenu de l'hétérogénéité des créations, des conceptions de construction culturelle et des catégorisations. Ces œuvres transitoires ont cependant une représentation d'interprétation sociétale valorisant leur message comme un art à part entière. Cet article analyse la relation entre l'art urbain de Puerto Vallarta et les interventions réalisées lors de l'événement Graffiti Fest, selon la perception et l'appréciation des habitants des lieux où ces œuvres ont été réalisées. Sur la base d'une définition élargie des représentations artistiques, nous étudions l'institutionnalisation, la représentation et la reconnaissance des œuvres de la part des habitants. L'article présente un rapport conceptuel de l'art urbain et du graffiti pour établir sa valeur en tant qu'art à part entière dans un contexte social et d'appropriation communautaire. Le Graffiti Fest est étudié grâce à des entretiens avec les créateurs permettant d'identifier leur activité avec une forme d'expression et de diffusion artistique qui cherche à faire du graffiti un art sociétal. De plus, nous analyserons l'appropriation des œuvres par la communauté au travers d'une enquête menée sur la population pour déterminer sa conception artistique du graffiti et analyser le bilan des œuvres réalisées. Les résultats montrent que l'identification artistique des œuvres est le résultat de leur institutionnalisation et leur connexion avec le muralisme de rue et le graffiti artistique.

Mots-clés: *graffitis; art urbain; Graffiti Fest; création artistique; muralisme de rue; graffitis artistiques.*

1. Introducción

El arte es un concepto de múltiple teorización cuyas escuelas difieren conforme a sus definiciones clasificatorias, pues bien sean honoríficas o bien abiertas, tienen enfoques disímiles de estética, crítica, sistema del arte y reconocimiento. Sin embargo, el arte es una expresión cultural que implica una temporalidad y un contexto, esto es, una representación que puede mantenerse o cambiar, ser o no disyuntiva y mantenerse atada al pasado o crear una nueva visión. Lo anterior no implica que solo en el presente el objeto del arte puede ser apreciado, pues como explica Barnet (2015), los objetos que los nativos americanos utilizaban como artefactos que se encontraban en museos etnográficos, hoy en día se consideran hermosos e imaginativos, por lo que son presentados en museos de arte. De igual forma, la estética y la misma epistemología del arte es una condición relativa, pues como bien lo muestra el famoso ejemplo de la obra *Fountain* de Marcel Duchamp, el arte requiere de una respuesta más filosófica y social que conceptual.

La apreciación en la creación artística se remonta a los filósofos griegos, quienes reflexionaban sobre la relación de lo bello con la naturaleza, lo divino y las actividades humanas, al tratar sobre la construcción de lo bello con lo sensorial y la estética en general. El desarrollo de la estética como concepto parte del argumento de Leibniz (1982), quien estipula que el goce estético es parte del conocimiento sensible y no es posible su delimitación con base en estructuras lógicas científicas rígidas, sino que, como establecería Baumgarten (1999), tiene su propio raciocinio, con base en la razón, pero subjetiva. Como explica Kant (1876), el arte creado por el hombre es una obra producida con libertad, por voluntad y razón de su creación como principio, la cual, para su realización, requiere de conocimiento y habilidades; al realizarla por el gusto de su creación y no como un oficio mecánico, se asume como fin inmediato un sentido de placer que está asociado con la representación que esta tiene y, por ende, poseerá un valor estético que favorece la cultura del individuo en relación con la vida social. Para Kant, el gusto o placer del goce individual es subjetivo pues deriva de la sensación, mientras el placer universal requiere del juicio reflexivo; si bien la creación requiere de disposiciones normativas, estas no pueden volverse el concepto para definir el arte.

La concepción que presenta Kant es un punto de debate para establecer las cualidades de una obra. Así, desde una definición honorífica por propiedades de apreciación, el reconocimiento estético le otorga una valoración cualitativa por la cual se presupone que todo aquello que no es estético en apreciación se ve limitado en su valor artístico (Davis, 2006), mientras que una definición clasificatoria que puntualiza el reconocimiento institucional, técnico, histórico o sistémico que otorga su valoración estética como obra (Carroll, 2002; Danto, 1981; Dickie, 1974) contempla la necesidad de un mundo o mercado del arte, docto de conocimiento y apreciación, que excluye toda obra fuera de él, de tal forma que toda creación, aunque la realice un artista con técnica y habilidad, pero que no ha ingresado a este mundo del arte, no se incluye.

Dadas las deferencias de valoración expuestas, Weitz (1956) plantea que el concepto de arte debe ser abierto, pues es un proceso inacabado en constante cambio que no puede ser limitado por condiciones que solo plantean una valoración comparativa —ya sea técnica, institucional o de gusto— para definirlo como tal, lo que limita expresiones artísticas y ejerce un patrón de opresión a la creatividad.

En consecuencia, el arte se entiende como el núcleo del cual se desprende una multiplicidad de conceptos que se modifican de acuerdo con la valoración y la clasificación, pero no como una definición. Esto se aprecia en el arte moderno, en el que la construcción del cambio en el significado se aprecia más que la técnica. Así, la valoración de la estética está sujeta al gusto o conocimiento de quien valora la obra, que puede solo ser un gusto individual, pero su construcción social y significado es un proceso que implica más que la apreciación, pues conlleva el conocimiento social y contextual, por lo que su reconocimiento requiere de la apropiación de la obra y su significado.

El arte urbano, nombrado a veces como arte callejero, es una tendencia que se ha extendido como movimiento artístico en todo el mundo (Chalfant y Prijoff, 1999; Ganz, 2004; Gastman, 2007), y es el grafiti una vertiente central de su desarrollo. La definición de arte urbano comprende cualquier obra o intervención artística en espacios públicos, ya sean murales, grafitis, plantillas, *stickers*, mosaicos, videoproyecciones, esculturas o *performances*, entre otros. Estas formas de expresión han confrontado la disociación de considerarse como expresiones artísticas y definirse como vandalismo (Pereira, 2005), para evolucionar en su estatus hacia su apreciación en nuestra vida diaria.

y su reconocimiento en el mercado del arte. Esta transformación ha sido acompañada por un cambio en la misma función del arte urbano, desde su clasificación hasta su apropiación institucional. Esta forma de reconocimiento estético institucional ha permeado, de modo que ha abierto el mercado o el mundo del arte para el artista y la población. Tal como lo menciona Banksy:

There's a whole new audience out there, and it's never been easier to sell [one's art],...You don't have to go to college, drag 'round a portfolio, mail off transparencies to snooty galleries or sleep with someone powerful, all you need now is a few ideas and a broadband connection. This is the first time the essentially bourgeois world of art has belonged to the people. We need to make it count. (como se cita en Will, 2013, p. 1)

Dentro del arte urbano el grafiti mantiene aún reticencia a su institucionalización, pues más que la ilegalidad como un principio, es su variedad de significados, su difícil apreciación y aceptación lo que provoca distintas visiones en su valoración. La acción del grafiti se define como la inscripción o el escrito en muros, lo cual lo hace parte intrínseca de una actividad humana que ha existido desde la prehistoria y ha mantenido su continuidad a través del tiempo (Reisner, 1971; Pereira, 2005; McDonald, 2013): desde la inscripción de los nómadas en las paredes de ciudades y monumentos por donde transitaban, inscripciones con mensajes de demandas o deseos en las paredes de Atenas, los grabados de nombres dejados por los vikingos en sus expediciones, mensajes políticos inscritos durante el Imperio romano, así como de protesta en la Revolución francesa, hasta mensajes de odio y represión plasmados en la Segunda Guerra Mundial. El término *graffiti*, en sí, connota desde un principio su función, pues como señala Riout (1990), podemos trazar su origen desde el griego *graphein* que significa «escribir», hacia el latín *graphium* como instrumento de escritura, y del italiano *graffita* o *graffito* como marca o inscripción en un muro.

Aunque el grafiti nace como una forma de expresión ligada a motivaciones de contexto, su ilegalidad se define desde su instauración en el espacio público. En su historia moderna contiene formas de expresión que van desde la contracultura, de ideologías de comunicación antisistémica o rebelión, hacia su reconocimiento como una forma artística y su utilidad en la regeneración urbana (Mailer y Naar, 2010). Esta inserción y apropiación se encuentra en acciones como, por ejemplo, la publicación en 1971 de «Taki 183 Spawns

Pen Pals» en el *New York Times* (21 de julio de 1971); la exposición en 1972 que realizó la United Graffiti Artists en el Razor Gallery de Nueva York, donde se presentaron grafitis en lienzos; y la de 1975 en el Artist Space Gallery en la misma ciudad —todo esto durante la guerra contra el grafiti del alcalde neoyorkino Jhon Lindsay—; el documental *Style Wars* de Tony Silver en 1983; o la publicación en 1984 de *Subway art* de Martha Cooper (Cooper y Chalfant, 2009); entre otros (Gastman y Neelon, 2011).

Esta inserción del grafiti se puede ejemplificar con el renombrado artista Banksy, cuya obra, cargada de fuertes mensajes, ha pasado del vandalismo a la apreciación y exposición dentro de los muros de museos de arte, así como al ser adquirida en subastas y privatizada. El hecho de que un artista presente su obra en museos o tenga su propia galería no es excluyente de su creación del arte urbano, pero la extracción del arte urbano a estos espacios constituye una reconfiguración de la obra, pues, literalmente, ya no se puede denominar arte urbano.

De acuerdo con Tristan (2002), el término «graffiti moderno» incluye una gran variedad de tipos y estilos que van «desde marcas simples hasta composiciones complejas y coloridas [...] que algunos defenderán como libre expresión o reclamo de espacios públicos, pero la mayoría de las personas lo condenarán como destructivo» (p. 9). De hecho, una parte de la sociedad lo considera como vandalismo que promueve violencia (What is Street Art?, 2010). Frente a esta posición se debe puntualizar que no solo el grafiti como obra puede reflejar mensajes antagónicos (McCormick, 2015), pues como el propio Banksy menciona:

Most councils are committed to removing offensive graffiti within 24 hours, anything racist, sexist or homophobic, they will send out a team within 24 hours. But somehow if it's «art» in a gallery, the boundaries of taste aren't so rigidly defined. (Hattenstone, 2003, párr. 23)

Entre los distintos tipos, estilos y métodos de grafiti existen también tradiciones ideológicas dentro de las cuales los creadores ponen en práctica sus habilidades. El grafiti se ha asociado con la protesta e inconformidad, una forma de levantar la voz. Tal como lo mencionan Zapiain, Quintero y Casas (2007), el grafiti se vuelve un medio propagandístico que ha permeado eventos históricos como, por ejemplo, las protestas del 68. La plantilla en

específico está asociada con la rebeldía y el movimiento *punk*, de modo que constituye un activismo rebelde presente en la contracultura (Tristan, 2002). Al respecto, Banksy plantea el uso de la plantilla como expresión en línea con esta construcción ideológica:

As soon as I cut my first stencil I could feel the power there. I also like the political edge. All graffiti is low-level dissent, but stencils have an extra history. They've been used to start revolutions and to stop wars. They look political just through the style. (Banksy, como se cita en Tristan, 2002, p. 76)

La práctica del grafiti la encontramos también como una expresión política, por ejemplo, en el caso de Charles Phillipon, o incluso como una repetición de cultura popular en el caso del mítico «Kilroy was here», que se puede observar en la figura 1, un grafiti dibujado en países de Europa y Asia por los soldados norteamericanos durante la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Corea (Kelly, 2014).

Figura 1.
Grabado de «Kilroy was here» en el Monumento Nacional de la Segunda Guerra Mundial en Washington, D. C.
Fuente. Rubio, 2006.



Así mismo, existe un contexto de identidad, de acuerdo con Zapiain *et al.* (2007): el «dejarse ver» de los graffiteros neoyorkinos de los años setenta en busca del reconocimiento de su estilo, diseño y habilidad, constituyó una directriz de la repetición, del *writer* y el tag hacia el *bombing* y *wildstyle*, hasta el *masterpiece* en el que es más reconocido por su complejidad, con una contracultura abalada por la ilegalidad de la acción, pues supone la apropiación de un espacio, perturbar el orden establecido —social, moral o cultural, entre otros— y el discurso oficial, e incluso una «lucha de paradigmas entre lo instituido y lo emergente» (Silva, 2006, párr. 3).

De esta forma, el grafiti como forma de comunicación es de naturaleza antagónica, como explica Silva (1988, 2006), pues la semántica del mensaje es de marginalidad, anonimato y espontaneidad, mientras que su operatividad incluye la escenicidad —el lugar, las formas, los colores, los materiales, el diseño—, la precariedad —los materiales utilizados— y la velocidad. Por último, como forma de respuesta se tiene la fugacidad, que deviene de la duración de la marca dada las condiciones del contexto y la respuesta institucional o social. Pero esta expresión es también democrática pues cualquiera puede expresar sus ideas sin ninguna regla o protocolo (Rodríguez, 2015).

Ahora bien, los cambios del contexto y de mensajes constituyen un cambio en el grafiti mismo. Para autores como Daichendt (2012), el grafiti no es sinónimo de arte urbano, aunque lo incluya; si bien en sus inicios era una construcción simbólica predominantemente de *tags* —etiquetas, nombre—, esto se ha transformado hacia composiciones en las que no existe una clara distinción entre el arte urbano del muralismo y el grafiti. Daichendt establece una categorización que explica el acercamiento entre las dos formas de expresión que va del *graffiti writing* centrado en los tags hechos con aerosol, el *artistic graffiti writing* con mayor enfoque en el diseño y la composición como el *wildstyle*, y los *artistic graffiti* caracterizados por imágenes visuales. De esta forma, las mayores diferencias se encuentran en las técnicas y los materiales utilizados; en esta transformación el grafiti cambia, pues para Silva (2006) el «graffiti-arte tiende a liberar al graffiti de las condiciones ideológicas a las cuales se enfrenta por naturaleza del conflicto social» (párr. 1).

Existen otros tipos de categorización más enfocados en el estilo en los que, por lo regular, se encuentran casi 30 distintos. Los más regulares son *tag*, *throw-up*, *blockbuster*, *dubs* y *wildstyle* (Trotin, 2018); otras categorizaciones son de técnica, y otros más por la tipología de lo escrito, como, por ejemplo, la presentada en la Exhibición Internacional de Caligrafía (International Exhibition of Calligraphy, 2019).

El grafiti, en cuanto arte, sin importar la clasificación, constituye una expresión que debe contener una base de apreciación, apropiación y reconocimiento. Valorarlo solo como una expresión sensorial limita su comprensión y apropiación, mientras que su transformación y valoración en el paradigma clasificatorio tampoco constituye una base de aceptación y reconocimiento social. Si bien el grafiti tiene una función tradicional de comunicación e identidad que puede cambiar de mensajes e incluso trastocar su propia práctica, de modo que se incluyen aspectos valorativos de estética, su proceso de comunicación constituye no solo al creador, quien puede valorarlo o no como arte, sino también al receptor, quien se apropia de la obra y le da reconocimiento.

2. El Graffiti Fest en Puerto Vallarta

Puerto Vallarta es una ciudad costera del Pacífico localizada en el centro occidente de México, con una población de un poco más de 275 000 habitantes (IIEG Jalisco, 2018). En la ciudad existe una tradición de las artes visuales con más de 50 galerías y lugares de exposición, así como de manifestaciones de arte urbano de distintas categorías; en el 2018 se contabilizaron 522 obras de arte urbano, principalmente de muralismo y grafitis (Patiño, 2018).

El Graffiti Fest es un evento que nació en el 2012 organizado por el grupo o crew³ AEK (Arte y Expresión Kallejera), realizado durante dos días —14 y 15 de abril—. Reunió a 40 «grafteros» locales y nacionales, con el propósito de

³ Un crew es un colectivo de grafteros cuyos miembros se identifican por sus vivencias o ideologías y plasman el nombre de su grupo en los trabajos que realizan (Cruz, 2010).

«promover el arte del grafiti, conseguir espacios para los artistas de grafiti y lograr un mejor acercamiento entre nuestro movimiento y la sociedad en general» (Michel Rodríguez, comunicación personal, 17 de julio de 2019). AEK crew tiene una gran representación de trabajos en Puerto Vallarta, no solo de forma independiente, sino también en proyectos municipales tales como el denominado Pinturas Muertas, Tradiciones Vivas, en el cual se plasmaron obras en los muros del panteón 5 de Diciembre, uno de los espacios más tradicionales de la ciudad; el programa Mural Urbano «Arte Hídrico», del Sistema de Servicios de Agua Potable, Drenaje y Alcantarillado (SEAPAL) Puerto Vallarta, en el que se plasmaron obras con temática sobre el cuidado del agua; así como el programa Tu estilo es el mensaje, organizado por el Instituto Municipal de Atención a la Juventud (IMAJ) y el Consejo Municipal del Deporte (Comude) de Puerto Vallarta.

En la primera edición se contó con distintos patrocinadores y la colaboración del Gobierno municipal a través de la subdirección de Arte y Cultura, con lo que se logró crear obras en distintos puntos de la ciudad. Para el 2014 se celebró la segunda edición, esta vez con una duración de tres días —11, 12 y 13 de abril—, con la participación de 170 graffiteros locales y nacionales, contando con la cooperación tanto del Instituto Vallartense de Cultura y el IMAJ. Para el 2015, el festival no pudo realizarse en el mismo formato y se reorganizó para presentar un evento más sencillo —2 y 3 de mayo— con el fin de mantener la dinámica de actividad, tal como lo expresaron en su comunicado oficial:

Para este año no creo que podamos organizar algo nacional, nos enfocaremos más en mantener un movimiento local constante, consiguiendo más espacios y haciendo expos más seguido. Nuestra meta sigue siendo la misma: tener espacios para practicar el grafiti con total libertad de creatividad y expresión, integrar el arte del grafiti a la sociedad vallartense y funcionar como movimiento, dando las bases para las futuras generaciones (Graffiti Fest, 30 de abril de 2015).

En esta ocasión, aunque no se contó con mayor vinculación por parte de las autoridades municipales, se tuvo el soporte de una serie de patrocinadores y los permisos de los espacios en los que se plasmaron las obras.

En el 2019 se realizó la cuarta edición —13 y 14 de abril— con participación de creadores locales, nacionales e internacionales. El diseño del evento plasma una estructura más abierta y con acercamiento social tanto en la integración de obras y la formalización de eventos como en las actividades desarrolladas. En este sentido, se debe identificar que *AEK Crew* se define a sí mismo como «un movimiento artístico organizado» (Michel Rodríguez, comunicado personal, 19 de julio de 2019) que busca promover el grafiti como arte, al conseguir espacios donde crear sus obras, acercarse a la sociedad y dejar el mensaje según el cual «el grafiti es una expresión cultural y no vandalismo» (Visita Puerto Vallarta, 2016).

En cuanto a su legalidad, a lo largo de todas sus ediciones se ha desarrollado en espacios con permiso. En esta última se solicitó a los presidentes de las colonias en las que se plasmaron los trabajos y se notificaron a las instancias municipales, así como se difundió por medio de redes sociales, publicidad impresa y radio. Se tuvo como determinante para escoger los espacios aquellos en los que se les otorgara libertad de creación; si bien se confirió este principio en la técnica y tema, existió una restricción de contenido social: «No pintar nada que contenga mensajes que puedan resultar ofensivos» (Michel Rodríguez, comunicado personal, 19 de julio de 2019). De igual forma, se realizó un taller de grafiti en el que participaron niños desde los nueve años de edad hasta personas con más de 50 años, en el cual se enseñó sobre el grafiti, así como lo más básico en la técnica del aerosol y la creación de letras (Michel Rodríguez, comunicado personal, 17 de julio de 2019).

Se seleccionaron dos sitios para la realización de trabajos en los que ya se habían realizado trabajos del Graffiti Fest en ediciones anteriores: el primero en Vallarta 750, una zona habitacional de departamentos, y el segundo el parque El Cora, en la Colonia Niños Héroes, lugar que hasta diciembre del 2018 se encontraba falto de mantenimiento y fue restaurado por el municipio, tal como se observa en las figuras 2 y 3.



Figura 2.
Parque El Cora 2017,
antes de restauración

Fuente. Elaboración propia.



Figura 3.
Parque El Cora en
2019, lugar de
intervención del
Graffiti Fest

Fuente. Elaboración propia.

De las 87 obras seleccionadas para realizarse se lograron plasmar 35 en Vallarta 750 y 37 en el parque El Cora. En el segundo lugar de intervención se plasmaron dos que hacen referencia directa a la identidad de la localidad (véanse las figuras 4 y 5). Al respecto, Michel Rodríguez, autor de la obra que se encuentra entre los grafitis 3D que se observa en la figura 4, explicó que es su forma de agradecer a los vecinos el apoyo que dieron para realizar el evento (Michel Rodríguez, comunicado personal, 19 de julio de 2019). En cuanto al resto de los trabajos, aclaró que si bien algunos artistas buscan aportar a la imagen del lugar, la mayoría mantiene su estilo reconocido e identificable (Michel Rodríguez, comunicado personal, 19 de julio de 2019).

Es importante señalar como forma de institucionalización del Graffiti Fest que, si bien se contó con la venia de autoridades municipales, el apoyo para la realización del evento fue de patrocinios de empresas privadas y de AEK Crew, mientras los participantes tuvieron que solventar sus gastos, por lo que ninguno de los participantes recibió pago por su obra.

Figura 4.
Obra en el parque El
Cora Niños héroes de
Michel Rodríguez,
Graffiti Fest 2019

Fuente. Elaboración
propia.



En cuanto a la integración de las obras estuvo abierto a cualquier artista que quisiera intervenir un muro, sin importar categorías, técnicas y estilos, por lo que se pueden encontrar trabajos que van desde distintos tipos de grafiti hasta murales (véanse las figuras 6 y 7). Aunque no se aplicó ninguna técnica nueva, se realizaron técnicas mixtas entre aerosol, pincel, plantilla, 3D y realismo, entre otras.



Figura 5.
Obra *Club de Fútbol
Niños Héroes*, Graffiti
Fest 2019

Fuente. Elaboración
propia.

Figura 6.
Obra *Siluetas romanas*
en Vallarta 750,
Graffiti Fest 2019

Fuente. Elaboración
propia.



Figura 7.
Obra *Rostro femenino*
en parque El Cora de
Misael López, Graffiti
Fest 2019

Fuente. Elaboración
propia.



En cuanto a la conservación se plantea seguir realizando el evento con el fin de intervenir de nuevo los lugares con nuevas propuestas, lo cual ha sido un trabajo continuo durante las ediciones realizadas y, de acuerdo con Michel Rodríguez, ha logrado la dinamización económica del lugar, ya que son conocidos y visitados gracias a la intervención (comunicación personal, 19 de julio de 2019).

3. La población y la apreciación del grafiti

En este apartado se busca identificar cómo las intervenciones realizadas por el Graffiti Fest tienen una carga simbólica en los habitantes, la comunicación de la imagen y la manera en que se transmite, se asume, percibe e interpreta en la construcción social y la identidad de dicha población, es decir, la acepción que tienen del grafiti y su reconocimiento como arte.

El estudio se realizó por medio de una encuesta con el fin de medir la percepción, la apropiación y el reconocimiento, utilizando seis variables: impresión de las obras, valoración, aceptación, contribución al entorno, representación y categorización —como arte—. Todo en un estudio exploratorio con 116 encuestas que representan el 40 % de la población objetivo, por medio de un muestreo aleatorio simple a residentes, trabajadores de las casas y negocios hasta dos cuadras alrededor de los puntos intervenidos, pues corresponde a la estructura de convivencia con las obras. Se cuidó que la paridad total entre hombres y mujeres fuera de 1:1 y se representaran todos los grupos de edad, tal como se observa en la tabla 1.

Se realizó un análisis de frecuencias y χ^2 —chi cuadrado— en SPSS entre variables, a fin de conocer el valor p con un $\alpha = 0,05$, con la suposición de una H_0 donde no existe relación entre variables, con el objetivo de identificar cuáles pueden estar vinculadas a la percepción y definición del grafiti como arte. El cuestionario contó con variables de identidad—edad, sexo, escolaridad, colonia—, de las cuales ninguna mostró una relación de dependencia con la categorización del grafiti como arte, pues todos los valores tuvieron una significancia superior al alfa.

Tabla 1.
Muestra por grupo de edad y género

Fuente. Elaboración propia con base en muestreo.

Grupo de edad	Femenino	Masculino	Total
Menor a 18	1	8	9
18 años a 24 años	9	16	25
25 años a 34 años	22	14	36
35 años a 44 años	9	8	17
45 años a 54 años	10	5	15
Más de 54	7	7	14
Total general	58	58	116

La impresión de las obras se formuló en las preguntas «¿Cuál fue tu impresión de la obra?» y «¿Cuál es la razón de dicha impresión?». El mayor porcentaje obtuvo respuesta positiva en cuanto al agrado y gusto, como se observa en la tabla 2, sin embargo, es importante notar que la mayoría de los sujetos que denotaron desagrado se encuentran en un nivel educativo universitario y que la segunda opinión de mayor respuesta fue la indiferencia. Las razones de la opción «algunos me gustan» se concentran en distinguir entre murales y grafitis, mientras que en la opción «desagrado» algunos opinaron que simplemente no era de su gusto e incluso les disgusta.

La construcción del discurso trascendió hacia algo moral al identificarlo como algo «malo» y contaminación visual. En cuanto la selección de la obra que les gusta, más del 50 % señaló el *artistic graffiti*, el *writing graffiti* —colorido y legible— y el muralismo, de modo que fueron los más mencionados (véanse las figuras 6, 7 y 8). La relación entre la variable de impresión y la categorización de las obras como arte por parte de la población tuvo una significancia de 0,005, lo que muestra una dependencia para su valoración.

Grado de escolaridad	Agrado	Algunos les gustan	Desagrado	Indiferencia
N/A	0,86 %	-	-	-
Primaria	6,03 %	0,86%	3,45%	-
Secundaria	15,52 %	4,31 %	1,72 %	6,90 %
Preparatoria	12,93 %	2,59 %	1,72 %	1,72 %
Técnica	6,03 %	-	-	-
Universidad	23,28 %	1,72 %	5,17 %	5,17 %
Total general	64,66 %	9,48 %	12,07 %	13,79 %

Tabla 2.
Impresión de las obras

Fuente. Elaboración propia con base en muestreo.

Figura 8.
Obra *Frankenstein*
en parque El Cora,
Graffiti Fest 2019

Fuente. Elaboración
propia.



Con respecto a la valoración se cuestionó sobre qué los representa y cómo valoran las obras creadas. Entre aquellos que les «agrada» y «algunos» (véase la figura 9), se denota una valoración estética en apreciación, si se tiene como razón el atractivo visual, el gusto personal y su denominación como forma de arte. Se observa también una baja valoración de comunicación o mensaje que obtienen los habitantes de las obras por sí mismas. Lo anterior se complementa con la identificación de los sujetos, pues el 94 % de los encuestados no saben quién lo hizo o su autoría, aunque vieron a jóvenes trabajándolos, el 92 % no sabía la razón por la cual fueron realizados e, incluso, el 64 % no sabía cuándo fueron realizados. Lo anterior muestra una disociación entre los habitantes y su entorno. En el aspecto de valoración, la relación con la categorización como arte tiene una significancia de 0,722, por lo que supone independencia.

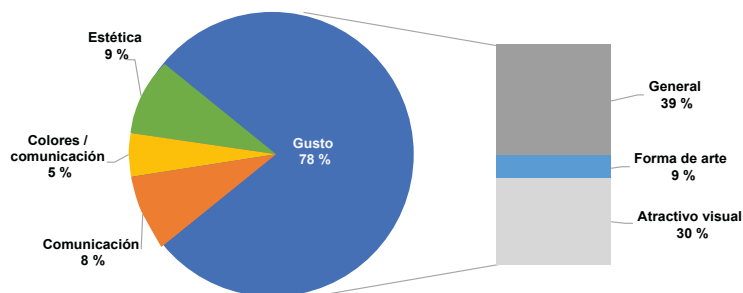


Figura 9.
Determinación de
valoración de la obra

Fuente. Elaboración
propia.

La aceptación y la representación de la obra no es generalizada, como se observa en la tabla 3. El 48 % de los encuestados mencionaron que las obras les parecían adecuadas o representaban a la localidad, pero la mayoría, a causa de un incremento en el ámbito artístico visual, tan solo tres expresaron una razón de identidad y mensaje. Para un 7 %, aunque les parece agradable el trabajo, cuando se correlaciona con la apropiación, muestra que dicho agrado viene dado por el tipo de trabajo, en especial en aquellos que son murales o *artistic graffiti*. La relación con la categorización del grafiti como arte presentó una significancia de 0,190, por lo que se determina que son independientes.

Tabla 3.
Relación entre
apreciación y
representación

Fuente. Elaboración
propia con base en
muestreo.

Identidad/impresión	Agrado	Algunos me gustan	Desagrado	Indiferencia
Algunos	7			1
No	26	5	13	7
Sí	41	6	1	8
Desconoce	1			
Total general	75	11	14	16

Lo anterior se plasma también en la relación entre apreciación y contribución, por la cual se les preguntó sobre cómo estas obras aportaban algo a la comunidad (véase la tabla 4), pues solo el 64 % estableció una relación positiva, incluidos aquellos que tienen una apreciación de desagrado e indiferencia. Así, de aquellos que optaron por «agrado» y «algunos me gustan», el 23 % piensa que sí tienen una función artística, educativa y de creatividad, el 21 % no establece una aportación o contribución funcional, y el 6 % le imprime una función de orden, pues al proveer de espacios para su expresión no estarán plasmando obras de forma ilegal en otros espacios y los espacios ocupados no serán plasmados con otras cosas que puedan ofender. A pesar de lo anterior, la probabilidad entre categoría del grafiti como arte y contribución no muestran una dependencia, pues el nivel de significancia fue de 0,142. Existió también una correlación de dinamismo de atracción señalada por el 15 %, la cual apoya por el 52,5 % del total de los encuestados que aseguraron ver personas que vienen a visitar los trabajos y tomarse fotos, en especial extranjeros; por último, una de apreciación negativa entre aquellos con apreciación de desagrado, pues el 14 % expresó que la contribución es atracción de la delincuencia.

Contribución/impresión	Agrado	Algunos me gustan	Desagrado	Indiferencia
No	13	5	13	7
Sí	58	6	1	9
No sabe	4			
Total general	75	11	14	16

Tabla 4.
Relación entre
apreciación y
contribución

Fuente. Elaboración
propia con base en
muestreo.

La apreciación y la categorización de los trabajos por parte de los locales también es una correlación de definición de estos. Se les cuestionó primero si identifican el grafiti como arte, a lo cual el 83 % respondió que sí, incluyendo personas con apreciación de desagrado e indiferencia, tal como se observa en la tabla 5. Así mismo, el 8 % expresó que algunos tipos de grafiti, siendo una condición sí tienen o no mensaje, lo cual tiene significancia con la comunicación y la representatividad de las obras. Finalmente, el 9 % no identifica el grafiti como una forma de arte, aunque eso no delimita el agrado ante las obras realizadas.

Tabla 5.
Relación entre apreciación y representación

Fuente. Elaboración propia con base en muestreo.

Grafiti como forma de arte /impresión	Agrado	Algunos me gustan	Desagrado	Indiferencia
Algunos	5	1	1	2
No	3	2	5	
Sí	67	8	8	14

Tabla 6.
Relación entre la representación de las obras y el grafiti como forma de arte

Fuente. Elaboración propia con base en muestreo.

Grafiti como forma de arte/ significancia de las obras	Expresión	Gusto	Nada	Arte	Otro
Algunos	2	1	5		1
No	3	1	1		5
Sí	25	22	18	22	11
Total general	30	24	24	22	16

Aunque el 83 % define el grafiti como arte y al 74 % le agradaron todas o algunas de ellas, solo al 19 % les significa arte (véase la tabla 6). La mayor representación es como una forma de expresión para jóvenes que puede o no ser artística. Así mismo, la evaluación de gusto, que se constituye como limitante artística dada su relación con un atractivo visual, lo cual puede ser agregado con el 21 % para el cual no le representa nada significativo, pero sí le agradan las obras (véase la figura 10). La significancia entre representación y categorización del grafiti como arte es de 0,014, por lo que supone una dependencia.

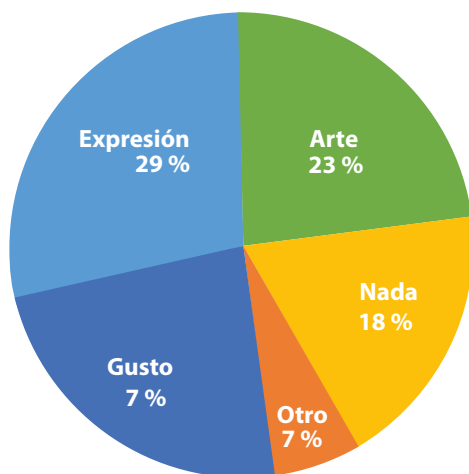


Figura 10.
Representación de la
obra con apreciación
de agradable y
algunos me agradan

Fuente. Elaboración
propia

4. Conclusiones

La valoración del grafiti y su construcción social como una obra de apreciación y agrado en estas localidades está acompañada del cambio en la ideología del grafiti como elemento de sublevación, así como su marginalidad y anonimato. La mayoría de la muestra no identificaba los trabajos como grafitis sino como murales, dado que su imagen del grafiti es la escritura de nombre, firmas o apodos —*tags*— asociados al vandalismo. Las entrevistas muestran que la aceptación de las obras está acompañada de dos factores. El primero, el ingreso del grafiti arte o *artistic graffiti*, trabajos que fueron los más apreciados. El segundo factor es la institucionalización de las actividades, así como los cambios en la estructura del evento, lo cual acerca a la sociedad a participar y a la creación de obras de goce estético o sensorial.

Lo anterior se muestra en la significancia de las pruebas de correlación. El cuestionario de inicio tiene preguntas de identificación —sexo, edad, escolaridad y colonia— y ninguna de ellas tuvo significancia con la categorización del grafiti como arte. De las seis variables solo *impresión* tuvo significancia de 0,005 con la categorización. Aunque se encontró que la variable de impresión tiene correlación con la valoración —0,000—, apreciación —0,039—, contribución —0,000— y representación —0,000—, lo cual se relaciona con que el 82 % de la muestra afirmó que le gustaría ver más intervenciones de este tipo, de preferencia en espacios públicos, pero con mensajes positivos, formas y figuras agradables, todo dentro de la legalidad. El Graffiti Fest ha integrado, además, otras formas de arte urbano en sus intervenciones, lo cual ha ayudado a que la sociedad relacione que es parte del mismo concepto. En cuanto a la aceptación social, la intervención en las áreas ha mostrado concebirse como positiva al proporcionar un atractivo visual que sorprende y gusta a los habitantes, pero no le infiere una valoración de significancia ni de identidad, lo cual revela el desinterés hacia el proceso de creación y sus creadores.

Se identifica que el grafiti como concepto sí se reconoce como una forma de arte, sin embargo, como objeto plasmado en las obras no se relaciona como tal, lo que constituye una clasificación de apreciación antes que una determinación de la obra. En este sentido, la sociedad, al no tener una significancia o comunicación con las obras, coloca el grafiti como una expresión agradable, antes que como un arte. Este resultado tiene una fuerte connotación en la falta de mensaje, pues como establece Baudrillard (1993), la inexistencia de significados —connotaciones y denotaciones— compagina la obra con el resto de las imágenes y los símbolos del lugar, ya saturado.

Referencias

- Barnet, S. (2015). *A short guide to writing about art*. Hoboken: Pearson.
- Baumgarten, A. G. (1999). *Belleza y verdad: sobre la estética entre la Ilustración y el Romanticismo*. Barcelona: Alba.
- Carroll, N. (2002). *Philosophy of art. A contemporary introduction*. Londres: Routledge.
- Chalfant, H.; Prijoff, J. (1999). *Spray can art*. Singapur: Thames y Hudson.
- Cooper, M.; Chalfant, H. (2009). *Subway art: 25 anniversary edition*. San Francisco: Chronicle Books.
- Cruz, T. (2010). Writers, taggers, graffers y crews: identidades juveniles en torno al grafito. *Nueva antropología*, 23(72), 103-120.
- Daichendt, J. G. (2012). *Stay up! Los Angeles street art*. San Francisco: Cameron + Company.
- Danto, A. (1981). *The transfiguration of the commonplace*. Cambridge: Harvard University Press.
- Davis, S. (2006). *The philosophy of art*. Malden: Blackwell.
- Dickie, G. (1974). *Art and the aesthetic: an institutional analysis*. Ithaca: Cornell University Press.
- Ganz, N. (2004). *Graffiti world: street art from five continents*. Nueva York: Harry N. Abrams.

Gastman, R. (2007). *Street world: urban culture and art from five continents*. Nueva York: Thames & Hudson.

Gastman, R.; Neelon, C. (2011). *The history of american graffiti*. Nueva York: Harper Collins Publishers.

Graffiti Fest. (30 de abril de 2015). *Fotos de Graffiti Fest*. Facebook. Recuperado de <https://bit.ly/2FMvUv8>

Hattenstone, S. (17 de julio de 2003). *Something to spray*. The Guardian. Recuperado de <https://bit.ly/2Hmt6cD>

IIEG Jalisco. (2018). *Puerto Vallarta. Diagnóstico Municipal Mayo 2018*. IIEG. Recuperado de <https://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/PuertoVallarta.pdf>

International Exhibition of Calligraphy. (2019). *Kinds and styles of graffiti*. Recuperado de <https://bit.ly/3maRD30>

Kant, I. (1876). *Crítica del juicio*. Madrid: Librerías de Francisco Iruviedra, Antonio Novo. Recuperado de <https://bit.ly/3dKwoCp>

Kelly, K. (11 de noviembre de 2014). «Kilroy was here». A story from World War II. *America Comes Alive*. Recuperado de <https://bit.ly/2FMvXXQ>

Leibniz, G. W. (1982). *Escritos filosóficos*. Buenos Aires: Charcas. Recuperado de <https://bit.ly/3omvMb5>

Mailer, N.; Naar, J. (2010). *The faith of graffiti*. Nueva York: It Books.

McCormick, C. (2015). *Trespass: a history of uncommissioned urban art*. Colonia: Taschen.

McDonald, F. (2013). *The popular history of graffiti: from the ancient world to the present*. Nueva York: Skyhorse Publishing.

Patiño, C. (2 de agosto de 2018). *Arte urbano Puerto Vallarta*. Google Maps. Recuperado de <https://bit.ly/3klkDoa>

Pereira, S. (2005). *Graffiti*. Singapur: Tien Wah Press.

Reisner, R. (1971). *Graffiti: two thousand years of wall writing*. Estados Unidos: Cowles Book Company.

Riout, D. (1990). *Le livre du graffiti*. París: Alternative.

Rodríguez, A. (2015). On the origins of anonymous texts that appear on walls. En T. Lovata y O. Elizabeth (Ed.) *Understanding graffiti: multidisciplinary studies from prehistory to the present*. (21-31). Nueva York: Routledge.

Rubio, L. (4 de septiembre de 2006). *LR_PTY. Flickr*. Recuperado de <https://bit.ly/3jIKOtH>

Silva, A. (1988). *Graffiti: una ciudad imaginada*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Silva, A. (octubre de 2006). *El graffiti como parte de los imaginarios urbanos*. Alonsogil.com. Recuperado de <https://bit.ly/2TbPacp>

Taki 183 Spawns Pen Pals. (21 de Julio de 1971). *New York Times*. Recuperado de <https://nyti.ms/2Te2SeT>

Tristan, M. (2002). *Stencil graffiti*. Nueva York: Thames & Hudson.

Trotin, G. (3 de abril de 2018). *Street art and graffiti words*. The ultimate glossary. Berlin Street Art. Recuperado de <https://bit.ly/35pOohq>

Visita Puerto Vallarta. (28 de septiembre de 2016). *Reivindicarán el arte urbano en la 4ta. edición del Graffiti Fest de Puerto Vallarta*. Puerto Vallarta. Recuperado de <https://bit.ly/31rcg2X>

Weitz, M. (1956). The role of theory in aesthetics. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 15(1), 27-35. DOI: <https://doi.org/10.2307/427491>

What is Street Art? Vandalism, graffiti or public art-Part I. (21 de enero de 2010). *Art Radar*. Recuperado de <https://bit.ly/3dUgqpm>

Will, E.-J. (Febrero de 2013). The story behind banksy. *Smithsonian Magazine*. Recuperado de <https://bit.ly/3dKHW8F>

Zapiain, M.; Quintero, P.; Casas, B. (2007). Graffiti en México: arte marginal y trasgresor. *Discurso Visual*. DOI: <https://doi.org/10.1353/sir.2007.0137>

