

Leyendo la metrópoli

Jóvenes, estética y política*

*Rita de Cássia Alves Oliveira**

Las ciudades son espacios de lecturas y de escrituras. Llenos de la imaginación de los jóvenes, los grafitos, *stickers* y los *tags* que cubren las superficies de las grandes ciudades que señalan sociabilidades, pertenecientes e identidades juveniles, así como sus nomadismos y articulaciones políticas e ideológicas. Este trabajo propone una reflexión sobre las intervenciones urbanas juveniles como productos culturales, insertados en la compleja red de producciones y apropiaciones simbólicas, disputas y luchas, hegemónicas. Los jóvenes se organizan en redes pautadas por dinámicas estéticas y comunicaciones subversivas y de resistencia; son prácticas y acciones políticas que cuestionan las propiedades privadas y los espacios públicos en sus nomadismos juveniles.

PALABRAS CLAVE: juventud, metrópoli, política.

The cities are spaces of readings and writing. Stuffed of young imaginaries, the grafitos, stickers and “pixações” that cover the surfaces of the great cities talks about young sociabilities, belongings and identities, as well as its nomadisms and ideological and politics disputes. This work considers a reflection on these youthful urban interventions as inserted cultural products in the complex net of belongings, symbolic productions and appropriations, hegemonic disputes and fights. These young people are organized in nets based in aesthetic dynamic of resistance and subversive communications; these are practical and action politics that discuss the private property and the public spaces in its nomadisms.

KEY WORDS: youth, metropolis, politics.

* Traducción, Ma. Cristina de la Peza.

** Doctora en Antropología. Profesora del Centro Universitário SENAC-SP (Brasil) e investigadora en el Departamento de Antropología de la Pontificia Universidade Católica de São Paulo [ritacao@uol.com.br].

La ciudad y las imágenes: práctica de lecturas y escrituras

CON EL CAMBIO DEL MILENIO la vida en la metrópoli contemporánea es cada vez más agitada y colorida. Los muros, paredes y postes de la ciudad llenan nuestros ojos con los mensajes gráficos de los *graffiti*, *pixação*¹ y *stikers*.² En concordancia con los anuncios publicitarios y políticos, con las arquitecturas, organizaciones urbanas y señalizaciones de todo tipo, ese tipo de práctica va conquistando las grandes ciudades del mundo en la medida en que las culturas juveniles van destacando en la esfera cultural, social, económica y política.

Las imágenes están en la base de la constitución del *homo sapiens*. Su grafología encontró en las sepulturas y en las pinturas milenarias un universo estético propicio para la constitución de su imaginario. Para Edgar Morin (1975) la novedad de esa especie, su mayor e interesante característica, es su sensibilidad estética concretizada en formas, planos, colores y texturas que marcan la emergencia de un pensamiento mágico y mitológico, que supera imaginariamente la muerte y que “resuelve” los conflictos, supera los obstáculos y problemas de sobrevivencia relacionados, por ejemplo, con la alimentación y la fertilidad. Este nuevo universo estético revela que un poderoso imaginario emerge en el *homo sapiens* y se moviliza para garantizar mitológicamente la inmortalidad y tomar los miedos, deseos, frustraciones y afectividades que lo mueven. Envuelto por esa sensibilidad estética el pensamiento mitológico, el *sapiens-demens* no separa lo real de lo imaginario; las imágenes cobran vida y alimentan el imaginario (Morin, 1987 y 1975).

Esta grafología del hombre moderno recobra nuevos campos con los carteles de la calle, hombres sándwich, tarjetas de visita y el emergente mercado editorial (Hollis, 2000). Las calles metropolitanas se transforman en laberintos de imágenes; las ciudades se transforman, más que nunca, en espacios de escritura.

Fue Walter Benjamin (1993, 1991) quien propuso que la legibilidad de las imágenes de la ciudad podría componer un camino interesante para la realización de radiografías de la modernidad:

¹ *Pixação*: tags hechos con *spray* con características propias en São Paulo.

² *Sticker*: adhesivos de producción casera e individual que son esparcidos por las calles como forma de manifestación artística anónima.

A partir de la lectura de la superficie de la metrópoli, el crítico procura ver el rostro de la modernidad desde dentro, investigando los trazos de la cultura burguesa, el cambio de los patrones culturales, el imaginario social y político y la acción de los intelectuales, mediadores culturales y productores de imágenes [Bolle, 2000:20].

La metrópoli puede ser leída. Hay un complejo sistema de prácticas y un sofisticado universo imaginario inscrito en estas superficies. Como fisionomista, Benjamin muestra que es posible leer la mentalidad de una época por medio de las imágenes y de la superficie de la metrópoli que componen lo cotidiano; son imágenes de deseo, son “residuos y materiales aparentemente insignificantes” (Bolle, 2000:43) que se abren a la lectura e interpretación de la mirada del fisionomista y del flâneur.

Para Michel de Certeau, la ciudad es también un espacio de escritura. Está cotidianamente siendo reescrita por sus habitantes en las prácticas del espacio. Las metrópolis contemporáneas se convierten en laberintos de imágenes: existe un vocabulario de imágenes; “un paisaje de anuncios organiza nuestra realidad”. Como en las sepulturas y las pinturas prehistóricas, esa escritura trae un discurso imaginario en “imágenes de los sueños y de la represión de una sociedad” (Certeau, 1995:45).

Los jóvenes son responsables de buena parte de esa escritura de la superficie de las ciudades. La sensibilidad y placer estéticos característicos del *homo sapiens* encuentran ahí suelo fértil para su desarrollo.

La ciudad, los jóvenes y sus escrituras

Los jóvenes del cambio de milenio son el espejo de la vida metropolitana: experimentan la ciudad como hombres de la multitud; conviven con las aglomeraciones cotidianamente; resisten, como pueden, la homogeneización y el anonimato de las grandes ciudades; se insertan en el flujo constante de personas, vehículos, informaciones, imágenes.

Los jóvenes tienen una relación particular con las calles y con la ciudad. En las ciudades modernas hay muchas maneras de ser joven: la metrópoli se presenta “como panorama sumamente variado y móvil que abarca sus comportamientos, referencias de identidad, lenguajes y formas de sociabilidad” (Margulis e Urresti,

1998:3). La excursión por las calles organiza el ciclo de la vida y articula la percepción del espacio urbano y el tiempo cotidiano de los jóvenes (Feixa, 1998). Están en movimiento constante: escogen donde estar y por donde ir; invaden barrios y territorios siempre en busca de novedades, de lo desconocido y del desafío.

En las últimas décadas del siglo XX todas las grandes ciudades empiezan a tener regiones enteras ocupadas por jóvenes que las transforman en espacios de recreo y de vida nocturna. En esos barrios de ocupación juvenil se puede disfrutar de cierta libertad; son lugares de encuentro de amplios grupos de adolescentes y estudiantes que marcan la recuperación festiva de la calle como lugar de articulación de las relaciones sociales; son espacios de interacción inmediata. Las esquinas componen el espacio privado de los grupos juveniles: ahí se encuentran, se apropian del territorio, construyen su identidad; dejan sus marcas, exponen sus ideas, ejercitan su sensibilidad estética, ocupan la ciudad.

Los *graffiti*, *stickers* y *pixações* tan presentes en la imagenología metropolitana contemporánea, casi siempre son asociados a grandes centros urbanos y a las potencialidades de las culturas juveniles. Como frutos de la vivencia cotidiana, esas intervenciones urbanas juveniles nos presentan formas, colores texturas, contenidos, visiones del mundo e universos imaginarios que componen esos discursos. Esas manifestaciones gráficas juveniles tratan de apartar al espectador de la posición pasiva de mero consumidor; son antes que nada, invitaciones al encuentro y al diálogo (Gitahy, 1999:16); proponen la discusión y la interferencia en la arquitectura de las metrópolis. Son producidos sin cesar por jóvenes de variadas características y esparcidos por la ciudad, formando múltiples paneles fragmentados y coloridos, dando a la metrópoli la fisonomía de nuestros tiempos. La ciudad se transforma en soporte.

La *pixacaõ*, especie de *tag* con características propias en Brasil, resultan de la escritura y privilegian la palabra y o la letra. Sus orígenes son remotos. La ciudad de Pompeya, en las primeras décadas de la era cristiana, ya presentaba paredes cubiertas de pintas, anuncios y poesías; se escribía de todo en aquellas paredes. La pinta fue usada regularmente por revolucionarios de toda clase para trabar sus luchas hegemónicas. La invención del aerosol después de la Segunda Guerra Mundial renovó estas prácticas con la tinta en *spray*, que facilitó el proceso en cuanto a los movimientos y velocidad de producción. Las

manifestaciones estudiantiles de París en 1968 y las actuaciones políticas durante la dictadura militar en Brasil marcaron para siempre en nuestro imaginario la práctica de las pintas como elemento subversivo atado a las experiencias y expresiones juveniles. En São Paulo esta práctica y estética adquirieron fuerza y significación propia; se caracteriza por trazos negros que componen una tipografía verticalizada (como las altas construcciones de la ciudad), puntiaguda y agresiva que no se deja leer con facilidad. Casi toda la ciudad es ocupada por estas ilegales apropiaciones juveniles, especialmente las vías de flujo y el centro de la ciudad. Así como en la lógica publicitaria, cuanto mejor sea el lugar de su aplicación mejores resultados traerá para quien la produjo. Los mejores lugares, en este caso, son las vías de flujo intenso de vehículos, el centro de la ciudad, lo alto de los edificios y los locales y monumentos de difícil acceso o muy vigilados. Pintar en los lugares más difíciles pretendidos por los *pixadores* significa prestigio y estatus a medida que van dejando sus nombres por la ciudad, revelando su coraje y persistencia en la actividad. La ocupación del espacio urbano por la pinta revela una guerra que se intensificó en las últimas décadas en los grandes centros urbanos, acompañando la emergencia juvenil el protagonismo cultural: La Pinta “aparece como una de las formas más suaves de dar base al descontento la falta de expectativas juveniles” (Githy, 1999:24), tanto desde el punto de vista personal (definición de objetivos de vida, conquistas y perspectivas para el futuro) cuanto desde el punto de vista civil (cruzadas contra la especulación inmobiliaria y a la publicidad excesiva). Para el grafitero Eduardo Saretta:

La sociedad tiene que entender que la *pixação* es índice de desequilibrio social. Pintar no puede, pero la lata de basura puede, construir edificios que no tienen la menor coherencia con el espacio, el desorden de la publicidad también puede contaminar visualmente de la misma forma. ¿Quién es el vándalo?, ¿el muchacho que escribe su nombre en medio de todo eso?³

Escribiendo sus nombres y orígenes (ZN para zona norte, ZS para zona sur, por ejemplo) por los laberintos cotidianos, estos *pixadores* son su propia obra; al esparcir sus firmas por la ciudad se transforman en personajes urbanos y dicen: “yo existo”, “yo circulo por la ciudad”, “esta ciudad también es mía”.

³ [http://www.sescsp.org.br/sesc/revistas/revistas_link.cfm?Edicao_Id=211&Artigo_ID=3248&IDCategoria=3518&refretype=2]; consultada el 26 de junio de 2006.

Estos jóvenes obligan a las capas más privilegiadas de la ciudad a convivir con una estética impuesta por ellos: desde sus autos, en las principales avenidas, los hombres de negocios y las amas de casa no pueden desviar la mirada. En esta cruzada en defensa de la propia existencia, muchos de estos jóvenes son asesinados por la policía y servicios de seguridad privados que reciben considerable apoyo de las clases más conservadoras en esta función de limpieza urbana.

El *graffiti* tiene en común con la *pixação* la trasgresión, proviene de las artes plásticas y privilegia la imagen. Se ata, en su origen americano, a la *pixação*, al arte pop y al hip hop. En la década de 1960 emergen los tags, en los cuales constan el nombre y el número de la calle del joven, como Evay Barbara 62 y Taki 183; al poco tiempo estas firmas adquieren colores y formas hasta transformarse en frases; sirven entonces para marcar los límites entre pandillas suburbanas; en la década de 1980 ganan visibilidad por la proximidad con artistas como Andy Warhol y con galerías y bienales de arte. En el origen francés los grafitis se inspiran en la pintura, son figurativos y están más próximos a las artes plásticas y a la pintura.

Proveniente del *graffiti*, el *sticker* (o lambe-lambe, como también es conocido en Brasil, en referencia a su tradicional formato en la cultura popular) invadió recientemente las calles de las grandes metrópolis. Articulados con las artes gráficas, los *stickers* son papeles adhesivos producidos artesanalmente y en número suficiente para ser esparcidos por la ciudad, creando recorridos, apropiaciones territoriales y reconocimientos en áreas distintas. Esos adhesivos son considerados ventajosos por su versatilidad y fácil aplicación; durante las caminatas por la ciudad a penas es necesario encontrar el lugar ideal para colocarlos. Estas características posibilitan al *sticker* ocupar lugares inusitados y poco adecuados para el graffiti, como señalizaciones de tránsito, semáforos y casetas telefónicas. Representante de una nueva vertiente de la filosofía *do it your self*; no hay límite de tamaño y las figuras son hechas con bolígrafo, copias fotostáticas, serigrafía o tintas plásticas en un fuerte diálogo con las artes gráficas.

No se sabe con certeza quién comenzó con este tipo de expresión, pero se considera precursor, el artista americano Shepard Fairey, uno de los primeros en saturar las ciudades con sus creaciones. Él se hizo tan famoso que hoy en día dirige uno de los más reconocidos estudios de diseño gráfico de los Estados Unidos. En Brasil, hace aproximadamente cinco años, grafiteros experimentados

fueron los vanguardistas en la divulgación del arte en papel adhesivo, principalmente en Saõ Paulo.⁴

Dos fuertes características articulan la producción de estos *grafitos*, *stickers* y *pixações* a la vida cotidiana de la metrópoli vivida por los jóvenes: la vida nocturna y la velocidad. Estas categorías definen cuándo y cómo estas actividades son desarrolladas.

Las intervenciones urbanas juveniles y la vida nocturna de la metrópoli son cosas casi indisolubles. La noche es, antes que nada, el momento de los sueños, de los devaneos, de las pesadillas, de las intimidades y de la liberación de los deseos y de lo desconocido. La oscuridad permite la subversión del orden establecido, es estímulo a la imaginación y la embriaguez. La vida nocturna del *homo sapiens* encontró en la utilización del fuego la posibilidad de la construcción de nuevas relaciones y un nuevo imaginario. Cerca de ochocientos mil años antes de nuestra era la introducción del fuego en el cotidiano humano liberó la vigilia y también el sueño, ofreciendo seguridad nocturna:

El fuego crea el hogar, lugar de protección y de refugio; el fuego permite el sueño profundo del hombre, al contrario de los otros animales, cuyo sueño es siempre marcado por la alerta. Es muy posible, también, que el fuego favorezca el desarrollo y la libertad del sueño [Morin, 1975:68].

Aún ahora, alrededor del fuego, en medio de las llamas y las sombras nocturnas suceden las conversaciones nocturnas, los intercambios afectivos, las afinidades. Con la iluminación pública de las ciudades, especialmente la eléctrica en el siglo XX, la vida nocturna gana nuevos espacios, especialmente entre los jóvenes. En sus flujos nocturnos los jóvenes conquistan la ciudad dejando sus marcas.

Celso Gitanhy, grafitero muy activo en Saõ Paulo en las décadas de 1980 y 1990, registró en *O que é graffiti?* sus memorias sobre el desarrollo de la *pixação* y especialmente del *graffiti* en la ciudad; su relato es testimonio de las

⁴ Martina Carli, “Adesivos invadem os cantos das cidades brasileiras: uma nova vertente artística começa a emergir em locais inusitados das metrópoles” [<http://www.obaoba.com.br/noticias/revistao/213/comportamento.asp>], 26 de junio de 2006.

acciones e intenciones juveniles, a través de la óptica de estos jóvenes. En esta narración encontramos diversas referencias a la vida nocturna como escenario de esas intervenciones urbanas, como ésta:

En 1980, el grupo, en una acción nocturna más, extendió 100 metros de plástico rojo por los cruces y entradas del anillo vial de la Avenida Paulista con la calle Consolación [Gitanhy, 1999:52].

De acuerdo con Gitanhy, el *grafiti* y la *pixação* encuentran en la noche sus momentos más productivos y creativos; es durante las noches cuando los jóvenes se encuentran, se organizan, deambulan por la ciudad, y transgreden las reglas; acerca de las intervenciones en las estaciones del metro de París, en el inicio de la década de 1980, refiriéndose de nuevo a la vida nocturna relata:

[...] todos producían primero en el taller sobre papel y después del cierre del metro, permanecían escondidos por ahí y así en la madrugada podían pegar sus trabajos sobre los carteles publicitarios [Gitanhy, 1999:43].

En esos momentos nocturnos ellos pueden ser lo que desean; se transforman en sujetos, dicen lo que piensan. En esta ciudad nocturna la acción represora es menos efectiva y las posibilidades de éxito son mayores; es el momento de libertad, de acción, de la creación de sentidos y de las sociabilidades juveniles.

La velocidad aparece como un segundo atributo de esas manifestaciones; la rapidez es fundamental para que el trabajo sea finalizado sin que la represión se efectúe. Eso acaba por transformarse en una característica valorada por los jóvenes en este tipo de práctica urbana.

Speedy Graphito se auto denominaba el más rápido de los artistas de la calle. Llevaba consigo un reloj despertador, con el cual cronometraba sus acciones [Gitanhy, 1999:42].

Las técnicas (uso del *spray*, por ejemplo), se adaptan y colaboran para ese proceso creativo cronometrado, acelerado y fugaz que acompaña la velocidad de la metrópoli contemporánea. Hay mediaciones tecnológicas que permean lo cotidiano de la metrópoli, definen nuevas formas de percepción del tiempo

y del espacio; la comprensión del tiempo es la base de las transformaciones rápidas y de la aceleración general de los flujos de los mensajes, ideas, personas e imágenes por el planeta mundializado. Derivan de ahí la volatilidad, la condición efímera, desechable e instantánea de lo cotidiano contemporáneo. (Harvey, 1994). Es la prioridad del presente: el futuro no aparece como algo interesante, sino como algo distante, indefinible; el pasado se presenta fragmentado, confuso, citación de vivencias difusas y perpetuadas por los medios de comunicación de masas. La velocidad se transforma en un valor: es la cultura *fast*, la vida cronometrada, el intento de vencer el pasar del tiempo. La vida metropolitana asume la velocidad y la aceleración como sus características principales: velocidad del flujo de los automóviles, trenes y transeúntes; de las transformaciones arquitectónicas y urbanas alrededor de la especulación inmobiliaria; de las tecnologías en mutación: se vuelven obsoletas, hoy, las novedades de ayer. Las habilidades deseables para esos niños y niñas, sus *artes de hacer* (Certeau, 1996) involucran marcadamente la rapidez. Ser veloz se transforma en cualidad. Las marcas juveniles esparcidas por la ciudad también adquieren las características derivadas de la comprensión del tiempo: son efímeras, volátiles, transitorias; son hechas para durar poco, para ser retiradas por empleados de limpieza pública, para recibir otras intervenciones, para ser modificadas, anuladas, eliminadas.

Por medio de las intervenciones urbanas estos jóvenes rehacen su relación con la metrópoli; transforman sus paredes, muros y postes en territorios apropiados, repletos de afectividades, relaciones, historias. En las ciudades del final del siglo XX las intervenciones traen el más reciente capítulo de esa grafología llena de los imaginarios juveniles. Basta leerlos. Asimismo con la popularización de estas actividades, con su absorción por la publicidad, su divulgación por los medios y diluidos de su perfil político, esas prácticas culturales no perdieron su carácter subversivo, espontáneo, gratuito y efímero.

Escrituras juveniles en Saõ Paulo: sociabilidades y acciones políticas

Esas intervenciones juveniles retratan la historia visual de la sociedad, documentan situaciones, estilos de vida, señalan actores sociales y rituales, revelan y alimentan imaginarios, afectos, relaciones, miedos, deseos, frustra-

ciones. Las escrituras juveniles son formas de expresión que resultan de sus prácticas cotidianas, comenzando por la construcción de las identidades y de la pertenencia grupal que se resiste a la homogeneización e indiferencia de la sociedad mediática.

Esas estéticas urbanas manifiestan también nuevas formas de sociabilidad juvenil. Michel Maffesoli (2000) señaló la importancia de las afectividades en la constitución de las comunidades emocionales transitorias, más conocidas como “tribus urbanas”. Éstas son comunidades de afectividades intensas e inestables por medio de las cuales los jóvenes definen sus identidades y pertenencias. La práctica de la pixacão, del graffiti o la de pegar stickers organiza las sociabilidades y pertenencias, delimita identidades y apropiaciones simbólicas, propicia compartir estéticas, visiones del mundo y universos simbólicos.

Los *pixadores* se organizan en pandillas y *grifes*, como ellos mismos definen. Dentro de su guerra hecha con pintura todos se conocen y se identifican por el tipo de código inscrito; al lado del nombre aparece la marca de la pandilla o de la *grife* y por medio de estas señales ellos registran sus pertenencias, fidelidades, lugares de origen.

Los grafiteros ligados al hip hop se organizan en equipos de trabajo, que pueden involucrar también MC's y bailarines. Los grafiteros articulados por las artes plásticas se estructuran en grupos y colectivos. Los colectivos son organizaciones abiertas dotadas de formas horizontales de trabajo; ya sean grupos, individuos, asociaciones o redes. Involucran artistas independientes y jóvenes que entienden que el trabajo en conjunto es una excelente estrategia para la viabilidad de los proyectos individuales o grupales. Los colectivos proponen procesos de trabajo en grupos o agrupaciones de personas. Es una manera consciente de relación que se realiza en la acción. Se aglutinan por afinidades y saberes interdisciplinarios, aunque anárquicamente organizados; producen un arte que dialoga con varios campos de conocimiento, como arquitectura, política, geografía, historia, sociología, ciencia, artes gráficas y plásticas. Hay en esos colectivos una conciencia del trabajo colectivo realizado con el otro, aunque afirmando siempre ya sea la individualidad o el anonimato.

Estas formas de organización grupal trabajan la relación individuo/sociedad haciendo posible combinaciones e inserciones alternativas a aquellas ofrecidas por las instituciones formales, como la clase social, la familia, los partidos políticos, las iglesias, etcétera. Sea en las pandillas y *grifes* de los *pixadores*, sea en los colectivos o equipos de trabajo de grafiteros, el tinte político, aunque

efímero, puntual, instantáneo y desechable, es evidente y central en sus acciones. Tal como en los movimientos de los *sin tierra* y *sin techo*, estas prácticas juveniles marcan el intenso cuestionamiento sobre la propiedad privada y los espacios públicos. “¿Que pensará el propietario del espacio al ver su propiedad grafitada?”, piensan estos “transgresores” después de conquistados sus objetivos (Gitanhy, 1999:32). Aquí está la constante y silenciosa disputa simbólica y estética que involucra conflictos generacionales, de clase y políticos de dichas prácticas y disputas.

Los muros, bardas, postes, señalizaciones y casetas telefónicas son, para los jóvenes, espacios donde los grupos inscriben sus marcas y bautizan el territorio; son parte importante de sus prácticas territoriales. Al apropiarse simbólicamente de los espacios urbanos, esos jóvenes los transforman y ganan un nuevo estatus en la cotidianidad de la metrópoli: los lugares de paso y poco propicios a la construcción de identidad y las relaciones grupales, pasan a ser territorios llenos de afectividades, memorias, relaciones e identidades (Augé, 1994). La producción y distribución de los adhesivos, *pixacões* y grafitos cohesionan al grupo en torno a objetivos comunes y se convierten en signo de identificación territorial. Forman parte de las estrategias concretas de apropiación espacial, de la construcción de un territorio propio: las culturas juveniles distinguen, con sus marcas, los espacios urbanos por ellas apropiados (Feixa, 1998). La intención es crear una ciudad imaginaria, apropiarse de la metrópoli, crear nuevas rutas de apropiación, producir espacios utópicos, inventar *zonas autónomas temporales*, como las fiestas y *raves* dotados de reglas de conducta propias (Bey, 2001:10). Al arruinar mensajes publicitarios, signos institucionales, la señalización del metro mediante acciones de control con ironía, y actitud consciente, esos jóvenes transforman el paisaje urbano actuando en las “grietas” de las organizaciones sociales y políticas contemporáneas, formalizadas.

La escritura joven que invade las metrópolis atestigua que, para ellos, no hay demarcación de territorios para la lucha o el debate políticos. El rock, el rap y el graffiti replantean las cuestiones clave de la contracultura: conciencia, expresión y denuncia (Martin-Barbero, 1998). Estas intervenciones urbanas juveniles, “comunicaciones sutilmente subversivas” (Downing, 2002:155), papel de los medios radicales, esas manifestaciones alternativas que emergen de las culturas populares y de los movimientos sociales:

[...] podrían ser fácilmente interpretados de dos formas diferentes: como necesaria para construir la contra-hegemonía, pero disfrutando de un poder temporal, solamente en los periodos de tensión política, o como parte de la necesidad de expresar el disruptivo y profundamente arraigado descontento de las masas [Downing, 2002:50].

Los medios radicales analizados por John Downing se relacionan en general con los movimientos sociales, sugieren que las estructuras económicas y políticas necesitan cambios urgentes. Buscan estrategias, soportes y formas alternativas de comunicación para trabar una lucha hegemónica que dé voz a las capas sociales menos favorecidas desde el punto de vista político, económico y social. Estas comunicaciones subversivas son discursos radicales; son formas de disputas simbólicas que suceden en el ámbito de la cultura a través de las grietas, las brechas y de las fronteras de las experiencias vividas. Son actitudes comunicativas constituidas como resistencias culturales y políticas a partir de las prácticas cotidianas. Esos históricos medios radicales involucran producciones gráficas y audiovisuales, pero también manifestaciones públicas, medios escritos y accesorios, formas de usar el cuerpo y el uso de espacios públicos. Son medios radicales las colchas confeccionadas durante los años de la esclavitud en los estados unidos y utilizadas como forma de comunicación clandestina entre los negros: colgadas en público supuestamente para airear, estas colchas contenían detalles insignificantes en sus bordados que describían cómo huir hacia el norte. Los *grafittis* de las décadas de 1970 y 1980 en Moscú: en inglés las inscripciones juveniles en las paredes de los sombríos edificios sobre las bandas internacionales de rock desafiaban al gobierno que veía en ese consumo la peligrosa, decadente e insalubre influencia extranjera sobre la juventud soviética. Los *grafittis* políticos sobre los baños en las universidades nigerianas en el comienzo de la década de 1990 gritaban contra la represión política: el baño se transformó en un medio para extender la conversación política prohibida entre públicos más amplios a través de sus mensajes rápidos, breves y radicales. En todos estos ejemplos existe la intención de la creación de una esfera pública alternativa, en busca de formas inusitadas de lucha y organización política.

Estos lenguajes juveniles que colorean las ciudades forman parte de las maneras de intervención y actuación política de esos niños y niñas del cambio de milenio. En un momento en que los partidos políticos ya no consiguen

organizar y dar un sentido único a esas disputas, ellos expresan su indignación mediante la apropiación de los territorios y la constitución de pequeños grupos de afinidades artísticas e ideológicas (temáticas como la ecología o el consumismo que articula los encuentros). En lugar de la actuación política convencional e institucionalizada, esos jóvenes se orientan hacia una práctica política más pulverizada, atomizada y transitoria. La condición, instantánea y efímera, marca las acciones colectivas y la durabilidad de las producciones culturales. El resultado son paneles de fragmentos que exigen lectura anárquica, rápida y directa más plena de sentido. El grafitero Eduardo Saretta reclama:

Si la publicidad puede, ¿por qué no puedo pegar mi adhesivo en un poste?
Usamos los mismos medios que la publicidad, pero no queremos vender nada,
hacemos antipublicidad [Gitahy, 1999:49].

Esta forma de actuación presenta a estos jóvenes como sujetos potentes dotados de poder transformador de la cultura. Ellos son agentes, son *prosumidores* (Kerckhove, 1997), o sea, son productores-consumidores que también producen sentidos, estéticas, formas y contenidos. El lenguaje juvenil de los *grafittis*, y de los *stickers*, poco a poco van imponiéndose y acomodándose en nuestro entorno y reclaman nuestra atención. Como hombres de la multitud, pasamos y no los vemos, o no los comprendemos.

Bibliografía

- Augé, Marc (1994), *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*, Papirus, Campinas.
- Benjamin, Walter (1985), *Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política*, Brasiliense, São Paulo.
- Bauman, Zygmunt (2001), *Modernidade líquida*, Zahar, Río de Janeiro.
- Bey, Hakim (2001), *TAZ: zona autônoma temporária*, Conrad, São Paulo.
- Bolle, Willi (2000), *A fisiognomia da metrópole moderna: representação da história em Walter Benjamin*, EDUSP, São Paulo.
- Certeau, Michel (1995), *A cultura no plural*, Papirus, Campinas.
- (1996), *A invenção do cotidiano: Artes de fazer*, Vozes, Petrópolis.

- Downing, John (2002), *Midia radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*, Senac, São Paulo.
- Feixa, Carlos (1998), “La ciudad invisible: territorios de las culturas juveniles”, en Cubides, Humberto J. et al. (orgs.), *Viviendo a toda: juvenes, territórios culturais e nuevas sensibilidades*, Siglo del Hombre/Diuc Universidade Central, Bogotá, pp. 83-109.
- Gitahy, Celso (1999), *O que é graffiti*, Brasiliense, São Paulo.
- Harvey, David (1994), *Condição pós-moderna*, Loyola, São Paulo.
- Hollis, Richard (2000), *Design gráfico: uma história concisa*, Martins Fontes, São Paulo.
- Kerckhove, Derrick (1997), *A pele da cultura*, Relógio D’Água, Lisboa.
- Maffesoli, Michel (2000), *O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa*, Forense-Universitária, Río de Janeiro.
- Margulis, Mario y Urresti, Marcelo (1998), “La construcción social de la condición de juventud”, en Cubides, Humberto J. et al. (orgs.), *Viviendo a toda: juvenes, territórios culturais e nuevas sensibilidades*, Siglo del Hombre/Diuc Universidade Central, Bogotá, pp. 3-21.
- Martín-Barbero, Jesús (1998), “Jóvenes: desorden cultural y palimpsestos de identidad”, en Cubides, Humberto J.; Toscano, Maria C.L.; Valderrama, Carlos E.H. (orgs.), *Viviendo a toda: juvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Siglo del Hombre/Diuc, Bogotá.
- Morin, Edgar (1979), *O enigma do homem*, Zahar, Río de Janeiro.
- Oliveira, Rita de Cássia Alves (2006), “Culturas juvenis na metrópole: cultura audiovisual, formas de expressão e consumo simbólico”, en Freitas, Marcos César de, *Desigualdade social e diversidade cultural na infância e juventude*, Cortez, São Paulo. pp. 244-258.
- Zarzuri, Raul y Ganter, Rodrigo (comps.) (2005), *Jóvenes: la diferencia como consigna*, CESC/Centro de Estudios Socioculturales, Santiago de Chile.