

GRAFITIS POLÍTICOS: PINTADAS Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS JÓVENES

LILIANA REYES GÓMEZ* ; NATHALY ALEJANDRA DAZA SABOGAL**
GRUPO DE INVESTIGACIÓN POLITEIA. FACULTAD DE PSICOLOGÍA. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

Recibido: 26 de marzo de 2012

Aprobado: 10 de junio de 2012

Resumen

Este artículo presenta los aspectos más relevantes de una investigación realizada en el año 2011 que tuvo por objeto indagar la relación entre los mensajes políticos urbanos (pintada o grafiti), la participación de los jóvenes que interactúan con estos mensajes y, los elementos discursivos e intencionales de este fenómeno comunicacional. Para ello se realizaron talleres de formación política, conversatorios, etnografía urbana y etnografía virtual. Se trabajó con 98 estudiantes entre los 18 y 26 años de una universidad privada de Bogotá. Se concluyó que los grafitis con mensajes políticos responden a la dinámica presente en determinado tiempo y espacio, y que la realización de estos está asociada a un individuo, grupo o colectivo que defiende una postura político/ideológica. Desde la participación virtual se encontró que, aunque existen los espacios de interacción para la participación política desde los grafitis, esta participación no se da a manera constante, llevando a una subutilización de estos espacios.

Palabras clave: Participación, jóvenes, ciudad, etnografía, ciberespacio, comunicación urbana.

GRAFFITI POLITICS: SLOGAN AND YOUNG PEOPLE'S PARTICIPATION IN POLITICS

Abstract

This article presents the most important aspects about a research made on 2011 it which aim was inquire into the relationship between urban political messages (painted or graffiti), the participation of young people who interact with these messages and discursive and intentional elements of this communication phenomenon. To this end were held political formation workshops, discussions, urban ethnography and virtual ethnography. We worked with 98 students between 18 and 26 years of a private university of Bogotá. It was concluded that the graffiti with political messages respond to the dynamics that are present in a given time and space, and that the realization of these is associated with an individual, group or group that advocates a political stance / ideology. Since virtual participation found that, although there are spaces of interaction for political participation from the graffiti, this participation is not given consistently, leading to an underutilization of these spaces

Key words: Participation, young people, city, ethnography, cyberspace, urban communication.

El grafiti aparece íntimamente ligado a la esfera psicológica del individuo y a los flujos de las contingencias sociales. Es un fenómeno de psicología social. El grafiti tiene la virtud de estar íntimamente ligado a un acontecer real de la ciudad y el mundo social, con la capacidad de transgredirla a su acomodo. Castleman (1987) propone que el grafiti es una manifestación de ideas que se lleva a cabo a través de incisiones o pinturas sobre alguna área en vía pública y que genera algún tipo de impacto en los transeúntes, puede llegar a inquietar o a cuestionar al ciudadano.

Silva (1986) propone que el grafiti subvierte un orden (social, cultural, lingüístico o moral), expone lo que

es prohibido, lo obscuro, y apunta a un tipo de escritura perversa que dice lo que no se puede decir. Durante toda la década de los ochenta en diferentes países latinoamericanos (Colombia, Perú, parte de Ecuador, México, Venezuela, Argentina, Brasil, Uruguay y Chile) el grafiti era una forma de expresión relacionada, bien con la lucha guerrillera, con los movimientos político-universitarios, de oposición a los gobiernos verticales o bien con el hostigamiento sociomilitar, estos grafitis inicialmente solo panfletarios, se fueron convirtiendo en formas de expresión con un plus en cuanto al arte, es decir, llegan a ser "figura y no solo verbo" (pp. 32) concibiendo un nuevo proyecto estético.

* Docente investigadora Universidad Católica de Colombia. lreyes@ucatolica.edu.co

** Psicóloga Universidad Católica de Colombia. natadas88@hotmail.com

El grafiti es un tipo de comunicación bien cualificado. No posee un emisor registrado, no se dirige a nadie en particular, no concede ninguna garantía en su producción o duración y ni siquiera en cuanto a sus efectos (Silva, 1986). Es en este punto donde muchos se preguntan si al trabajar de forma estética en los muros (tan atractivo para el ojo del transeúnte), no estará disminuyendo su capacidad de protesta y, de paso, enviando un mensaje confuso a la sociedad.

Es evidente que la vida social genera numerosas tensiones entre lo individual y lo colectivo, entre lo público y lo privado, y es en medio de esos escenarios en el que el Estado debe hacer presencia eficaz, inspirada en equidad y la justicia, para lograr la prevalencia del interés comunitario sobre los intereses individuales (Gamarra, sf).

Existen diferentes disciplinas que estudian los fenómenos políticos y su influencia en la sociedad, pero es importante destacar el trabajo la psicología política dentro de todos estos fenómenos sociales, puesto que no solo analiza fenómenos colectivos relacionados con el quehacer político, sino con que estudia aspectos individuales.

Bajo el mismo rótulo de psicología Política caben maneras muy diferentes de entender esta disciplina podríamos señalar que la psicología política consiste en el estudio de creencias, representaciones o sentido común que los ciudadanos tienen sobre la política, y los comportamientos de estos que, ya por acción u omisión, traten de incidir o contribuyan al mantenimiento o cambio de un determinado orden socio político (De La Corte, 1998). Dicho orden político se ve influenciado por la participación política de los ciudadanos, participación que se pueda dar de diferentes maneras y en diferentes grupos etarios de la sociedad.

Si bien es cierto que un segmento de los jóvenes tiene una participación política y social bastante activa, en la actualidad, se observa también una franja de jóvenes que son indiferentes frente al devenir del país. No están interesados en conocer los antecedentes, los logros que los jóvenes construyeron a través de sus luchas y las metas que esta nueva generación puede ofrecer a la sociedad. Se convierte únicamente en espectadores pasivos, evitan involucrarse en acciones que marquen el rumbo y solamente tienen los conocimientos básicos de las normas que como sujetos pertenecientes a una sociedad deben cumplir; no las cuestionan, no saben de donde proceden, simplemente se limitan a cumplir con el manual de convivencia, que la sociedad exige. La falta de información limita

algún tipo de juicio y dificulta la objetividad al analizar las actividades sociales, este punto de vista se analiza sobre el desarrollo que Hannah Arendt realiza. Generalmente la importancia que se merece la política en la vida del hombre no ha sido reconocida en su totalidad y en lugar de eso se han despreciado las peculiaridades del mundo político en el que el hombre podría construir una sociedad más eficiente socialmente hablando (Arendt, 1997).

Así pues la política es un fenómeno social que es necesario para la organización de una comunidad o sistema, pero aunque se vea como una dinámica integradora de las individualidades se podría destacar su importancia a nivel individual que obviamente influye en el otro.

La política, se dice, es una necesidad ineludible para la vida humana tanto individual como social. Puesto que el hombre no es autárquico, sino que depende en su existencia de otros, el cuidado de ésta debe concernir a todos, sin lo cual la convivencia sería imposible. La política, por lo tanto, en el sentido de Aristóteles —y Aristóteles como en muchos otros puntos de sus escritos políticos no reproduce aquí tanto su propio parecer como la opinión compartida, si bien mayoritariamente no articulada, por todos los griegos de la época—, no es en absoluto una obviedad ni se encuentra dondequiera que los hombres convivan. Según los griegos sólo la hubo en Grecia e incluso allí por un espacio de tiempo relativamente corto (Arendt, 1997).

Es claro que donde exista el hombre y tenga actividad social, existirán las manifestaciones políticas, ya que es un fenómeno implícito en dicha dinámica.

La capacidad de determinar a qué se quiere pertenecer y luchar para lograrlo haciendo valer las ideas, es una cuestión de valientes, ya que aunque todos los seres humanos tienen la capacidad de expresar su pensamiento muchos no lo hacen por el miedo de ser oprimidos o castigados por hacerlo.

Las teorías de la movilización política sugieren que los medios de comunicación contemporáneos tienen un impacto significativo en el público, este punto lo comparte con el malestar mediático, pero a diferencia de éste en una dirección positiva, esto es, manteniendo y promoviendo la participación democrática (García, & Vazquez, 2007).

La reciente literatura sobre participación política se encuentra dividida respecto al impacto del uso de Internet sobre el incremento en la participación, sobre qué formas de participación (en línea o presenciales, de protesta o electorales) resultan más favorecidas y

sobré si Internet está movilizando a personas con perfil diferente a los participantes tradicionales. Los resultados son contradictorios y más allá de las diferencias que se puedan encontrar por países es evidente que existe un problema de análisis de causalidad que puede provocar estos resultados contrapuestos. Es decir, no se sabe a ciencia cierta cuál es la causa y cuál el efecto. Por ejemplo, no se ha podido determinar si en realidad las personas que son usuarias de Internet participarían en política de todas maneras (esto es, existiera o no Internet), si los que ya son propensos a participar emplean Internet como una herramienta más o si realmente la familiaridad con Internet hace que se entre en el mundo político porque éste ya tiene una presencia activa en la web. Hay que tener presente que son muy similares las características sociodemográficas que favorecen el uso de Internet y las que propician la participación en política y que hasta el presente no hay estudios longitudinales con datos de panel que muestren la relación causal entre el uso de Internet y la participación política (Borge, & Cardenal, sf.).

La web constituye un nuevo escenario para la movilización política, que puede ser empleada por partidos, organizaciones de distinta naturaleza y ciudadanos particulares para estimular la participación política en sus diferentes formatos" (Anduiza, Cantijoch, Gallego, & Salcedo, 2010).

En conjunto, la gente que se interesa por la política, que la conoce y la entiende y que percibe que puede incidir en ella tiene más probabilidades de participar políticamente. En el entorno *online*, debería esperarse un efecto similar de las actitudes sobre la participación que se realiza por internet. Además, el hecho de poseer las nuevas habilidades *online* debería facilitar también el desarrollo de determinadas motivaciones favorables a la participación. (Anduiza. et. Al., 2010).

Objetivo General

Describir la relación entre los mensajes políticos urbanos (grafitis) y las prácticas de participación de los jóvenes que interactúan con estos mensajes directamente y a través de la red.

Objetivos Específicos

Describir las dinámicas de crítica urbana a través de la etnografía de las prácticas del grafiti político en la ciudad.

Describir las prácticas de construcción de espacios de participación política de los jóvenes directamente y en la virtualidad.

Propiciar espacios de formación en participación política dirigido a los jóvenes participes de la investigación.

Categorías orientadoras

Las categorías deductivas de las que se partirá son: participación política (tomada desde los planteamientos de Hannah Arendt, 1997) y grafitis políticos de oposición (desde los planteamientos de Armando Silva, 1986).

Esta investigación asume que los jóvenes no son sujetos pasivos en relación a la política y que continuamente interpretan los hechos de crítica social que emergen en la ciudad.

Igualmente se acepta que existe una circularidad entre lo comunicacional y lo urbano, de manera que las redes sociales virtuales se retroalimentan de las manifestaciones urbanas y a través de estas redes se pueden conocer las prácticas de participación de los jóvenes en la ciudad.

Método

Diseño

La presente investigación utilizó metodología cualitativa y se ubica dentro del enfoque hermenéutico. El método etnográfico – en el cual se apoyó la investigación- en el presente trabajo es la principal herramienta para conocer cómo se relaciona la participación de los jóvenes con las prácticas urbanas de crítica social. Es importante tener en cuenta que en este trabajo se utilizaron dos tipos diferentes de etnografías: 1) Una etnografía urbana que se basa en ser partícipe de las prácticas de la ciudad incluyendo la situación de anonimato en la ciudad (Delgado, 1999) y 2) La etnografía virtual que implica un cambio de la relación espacio etnografía y que propone conjugar las circunstancias en que se usa la red (off-line) y la socialización que se establece en ella (on-line), igualmente propone una etnografía multi-situada basada en la conectividad desde muy variados sitios diferentes (Hine, 2000).

Participantes

Para el trabajo de investigación se trabajó con 98 jóvenes entre 18 y 26 años que participaron en las actividades de formación política y el conversatorio, estos jóvenes eran estudiantes de psicología de la una universidad privada de Bogotá, de sexto semestre. Las entrevistas a profundidad se realizaron con dos jóvenes.

Para poder realizar el análisis, en la etnografía urbana se seleccionaron varias zonas de la ciudad, teniendo en cuenta las áreas geográficas en las que más se encontraron grafitis, también se tuvieron en cuenta, las diferencias en cuanto a estratificación social de cada zona seleccionada, se eligieron tres áreas de la ciudad: Localidad Chapinero (incluyendo la Universidad Pedagógica Nacional), Localidad Santafé y Localidad Antonio Nariño y aisladamente en la localidad de Teusaquillo la Universidad Nacional de Colombia. En cuanto a la etnografía virtual las unidades de análisis fueron una página web y una cuenta de facebook diseñadas para la investigación y una muestra de 35 páginas web cuyo tema principal son los grafitis y que eran similares a la diseñada por los investigadores. Para la fase de etnografía virtual se debe tener en cuenta que no se toma una muestra de personas (en número) que entran en la red sino las interacciones que se dan entre los visitantes a la página.

Instrumentos

La realización de etnografías requirió que uno de los instrumentos usados fueran las notas de campo tanto de los recorridos por la ciudad en la observación de mensajes políticos como en las sesiones de formación política y conversatorios sobre los grafitis. Se utilizó la fotografía de las pintadas, grafitis, y pancartas como medio de recolección de información en la etnografía urbana, pero también como material de análisis para la página web diseñada por los investigadores y una cuenta de facebook. Finalmente, se usaron las entrevistas semiestructuradas para recolectar información sobre las actividades de diseño y realización de pintadas y grafitis de dos jóvenes participantes cada uno de un movimiento social diferente.

Procedimiento

Al momento de la culminación de la investigación se pueden describir cuatro fases en el proyecto, presentadas de forma breve a continuación:

Primera fase: Búsqueda de información teórica inicial, observaciones de indagación y selección de los espacios de la ciudad para realizar la etnografía urbana de los grafitis y las pintadas, construcción de los primeros diarios de campo. Focalización de la pregunta de investigación y los objetivos.

Segunda fase: Observación en los lugares de la ciudad elegidos, transcripción y análisis de las notas de campo, con el que se inicia el proceso de categorización. Preparación del primer informe.

Tercera fase: Culminación de la categorización de la etnografía urbana, diseño, aplicación y recolección de información del primer taller de formación política, construcción de la cuenta de facebook con las fotografías de grafitis y pintadas recolectadas en el trabajo de campo, planeación del conversatorio sobre política y pintadas (grafitis políticos). Realización de la primera entrevista.

Cuarta fase: Realización de segundo taller de formación política y grafitis y conversatorio. Divulgación de la página web y la cuenta de facebook, etnografía virtual y realización de la segunda entrevista. Análisis de la información y categorización final.

Resultados

La información para la investigación se recolectó en cuatro procesos que se analizaron en grupos diferentes de resultados. Los primeros resultados hacen referencia a la *etnografía del grafiti*; en segundo lugar se hace referencia al proceso de *formación política y el conversatorio*; el tercer proceso está vinculado a las *entrevistas* llevadas a cabo por el grupo de investigación y, por último, el enfoque dado desde participación política desde *las redes virtuales*. A continuación se presentan las matrices de los resultados obtenidos en la investigación:

En cuanto a la *etnografía del grafiti*, se tuvo en cuenta el procedimiento mencionado en la metodología propuesta al inicio del proyecto investigativo, cumpliendo a cabalidad las fases 1 y 2; a continuación se desglosa la ejecución de estas.

Posterior al trabajo de campo, se realizó una actividad por parte del grupo de investigación denominado *Formación Política*, esta actividad permitió dar a conocer a un grupo de jóvenes aspectos políticos dados a través de la historia.

En relación con lo anterior, en la Tabla 2, se evidencian los resultados obtenidos en la formación política.

Paralelo a esto y para efectos del cumplimiento de los objetivos propuestos, se realizaron dos entrevistas a estudiantes, que han realizado a lo largo de su vida, grafitis de contenido político, y que tenían conocimiento sobre el tema de investigación, se tuvo en cuenta contextualizar a los jóvenes sobre la investigación y los objetivos para los cuales se iba a hacer uso de la información que ellos brindaran, se hizo énfasis en los aspectos éticos de confidencialidad frente a su identidad personal, de manera que en ningún apartado de la presente investigación se hará uso de nombres propio.

Tabla 1.
Categorías Emergentes de la Etnografía Grafiti.

CATEGORÍAS ETNOGRAFÍA DEL GRAFITI			
<i>Categoría</i>	<i>Concepto</i>	<i>Sub-categoría</i>	<i>Concepto</i>
Interacción transeúnte	Consecuencias conductuales y cognitivas que siguen a la visualización o aparición del grafiti o pintada en las personas que los observan	Recordación	Huella en la memoria que deja la pintada o grafiti en el transeúnte
		Comentarios	Conductas verbales de los transeúntes cuando leen el grafiti
		Desinterés	Conducta de los transeúntes que implica observación superficial o nula del grafiti o pintada
		observación	Conducta de lectura atenta del grafiti o pintada
		sobre escritura	Conducta de tachado o corrección en el sentido opuesto de la idea original del grafiti o pintada
		Conservación	Duración del grafiti o pintada por meses en el mismo muro
		Emoción	Afectos negativos o positivos que genera el grafiti
		Trascendencia	Impacto mayor o menor que tiene el grafiti sobre el pensamiento de los transeúntes
Contexto creativo	Tipos de autores que puede tener el grafiti, las razones por las que se escribe y las situaciones del momento de escritura/dibujo	Anulación	Acción policiva o de parte del propietario de limpiar, lavar o pintar el muro sobre el cual se encuentra el grafiti para invisibilizarlo
		Grupos	Conjuntos de personas que comparten ciertas ideas y prácticas que los lleva a coincidir en el ejercicio de hacer los grafitis, ellos planean conjuntamente el mensaje
		Movimientos	Colectivos de personas con una estructura clara aunque no necesariamente formalizados legalmente, son autores de grafitis que firman con el nombre de su movimiento
		Personal	Grafitis hechos a nombre individual, la persona que lo realiza no está actuando en nombre de una colectividad aunque puede pertenecer a una
		Organizaciones	Colectivos estructurados y formalizados que firman las pintadas o grafitis realizados con el nombre de su movimiento
Medios de comunicación	Principales medios de divulgación de los mensajes políticos urbanos	Características	Son los atributos de los grafitis o pintadas entre otros colores, baja permanencia, frases cortas y concisas y el atractivo
		Mano a mano	Entrega de folletos o volantes de una transeúnte a otro, ocurre con mayor frecuencia en las marchas
		Visual	Ocurre cuando el transeúnte tiene el encuentro con el grafiti o pintada en un muro público o privado
		Oral	Hace referencia a las arengas que se escuchan en las marchas
		Electrónico	Ocurre cuando un transeúnte entrega a otro un CD con información de un movimiento o grupo sucede con mayor frecuencia en las marchas

Control social	Restricciones que existen en el contexto para hacer los grafitis	Vigilancia policial	Es el control ejercido por autoridades de seguridad para que no se realicen los grafitis
		Baja vigilancia	Es una situación temporal en la cual el creador del grafiti puede realizarlo con baja expectativa de castigo por ausencia policial
		Estatus del lugar	Calidad del lugar, según sea público o privado, que puede posibilitar o dificultar la realización del grafiti, según haya o no vigilancia policial, dependiendo de si es un lugar público restringido (p.ej Palacio de Justicia) o un lugar público permitido (p. ej parque de barrio). Igualmente algunos lugares privados pueden tener mayor vigilancia (p. ej casa dentro de un conjunto residencial) o menor vigilancia (p. ej. casa o local abandonado)
Tipología	Diferentes tipos de mensajes políticos y no políticos encontrados en muros de la ciudad y en las marchas	Volante	Son impresos de media página aproximadamente con información más extensa que un grafiti pero más corta que un folleto o CD
		Pancarta	Son mensajes escritos transportados a diferentes lugares durante las marchas. Pueden dejarse en un lugar definido pero al culminar la marcha se recoge
		Publicidad política	Avisos de imprenta o realizados a mano que dan información positiva acerca de un candidato político
		Símbolos	Son imágenes que identifican movimiento o grupos entre ellas la esvástica, la hoz o la A anarquista
		Personajes	Pueden ser plantillas o no de personajes de importancia política utilizados para simbolizar los ideales de un movimiento
		Folleto	Impresos de dos o más hojas en los que el movimiento que lo diseña y entrega hace un análisis y explicación más amplia de sus ideas
Temáticas	Diferentes asuntos sobre los que comentan los mensajes políticos urbanos	Romántico	Mensaje urbano que expresa sentimientos románticos dirigidos a una persona en particular
		Derechos	Hace referencia a la exigencia de derechos por medio de los mensajes entre los más frecuentes aparecen la vida, trabajo, educación, libertad, igualdad y salud
		Oposición política	Se centra en el rechazo al gobierno de momento, a los medios de comunicación que apoyan el status quo, el “zangarnismo burocrático”, la democracia y el mejoramiento de la diplomacia entre países latinoamericanos
		Cambio económico	Rechaza el capitalismo, el consumismo, la miseria, la codicia y la entrada de empresas extranjeras al país
		Transformación social	Se refiere a lograr un giro en la consciencia social, los valores que logren una transformación social

Tabla 2
Categorías Emergentes de la Formación Política

CATEGORÍAS FORMACIÓN POLÍTICA			
Categoría	Definición	Sub-Categorías	Definición
Metodología de la actividad	Para esta actividad se le asignó una tarea a cada estudiante que consistía en hacer la revisión de la vida de un autor (personaje histórico) que sería tratado en el taller. Al inicio de la actividad se explicó en qué consistía la investigación y cómo se iba a trabajar durante el taller, para que luego cada estudiante fuera hablando del personaje histórico que le había correspondido, relacionándolo con eventos relevantes ocurridos en las épocas paralelas. Finalmente se establecieron unas preguntas de opinión pública para conocer los diferentes puntos de vista de los asistentes.	Personas Asistentes	Individuos que hicieron parte del proceso de formación política.
		Tarea Asignada	Dentro de lo que estableció para la actividad de formación política se estipuló que los asistentes debían realizar una actividad para poder participar en el taller.
		Explicación de la Investigación	Antes de iniciar el proceso de formación política se llevó a cabo la explicación de lo la investigación, con el fin de que los asistentes comprendieran el objetivo del taller.
		Metodología de la actividad	Se determinó que se realizaría una pregunta, que será resuelta por los invitados, y luego se dió un espacio para que los asistentes participaran.
		Personaje Histórico	Individuo que hace parte de la realidad socio histórico del país y del mundo.
		Historia del personaje	Estructuración de la ideología, tareas desarrolladas y movimiento socio políticos que influenció el personaje del que se habló.
		Evento Relevante	Situaciones socio políticas que son de vital importancia conocer para poder evidenciar la influencia que el personaje histórico tuvo.
Participación en la actividad	Durante el desarrollo de la formación política, los integrantes del grupo de apoyo dirigían cuestionamientos a los asistentes sobre la temática trabajada, quienes respondían, afirmando o negando la posición que se planteaba, así mismo el grupo de apoyo complementaba y concluía la información.	Cuestionamientos a los asistentes	Estrategia que se utilizó con el fin de visualizar la postura crítica de los asistentes al proceso de formación política.
		Participación de los asistentes	Intervenciones realizadas por los participantes de la formación política.
		Participación grupo de apoyo	Intervenciones realizadas por parte del grupo de apoyo.
		Complemento de ideas	Aportes que se realizaban los participantes acerca de los planteamientos ya propuestos por los personajes políticos.
		Manifestación de acuerdo	Expresión de acuerdo con lo que se expresó en la formación política por parte de la coordinadora o los otros participantes.
Manifestación de negación	Expresión de desacuerdo con lo que se expresó en la formación política por parte de la coordinadora o los otros participantes.		

Nuevas concepciones	A partir del desarrollo de la actividad se generaron nuevas ideas acerca de la situación política de nuestro país, se denotaron necesidades de establecer un cambio en la dinámica política nacional por la inconformidad existente en los jóvenes.	Generación de Ideas	Concepción de nuevos planteamientos con base en lo ya propuesto por los personajes políticos.
		Necesidad de Cambio	Pertinencia de generar un cambio en dinámica socio política del país, con el fin de mejorar aspectos en los que hay falencias.
		Cambio de Perspectiva	Cambio en la forma de ver la situación socio política del país, que se propicia por las experiencias que se han tenido al salir del país y conocer otros estilos de gobierno.
		Adoptar Ideologías	Tener en cuenta los acuerdos y aspectos relevantes en la forma de pensar de alguna otra persona y hacer propios dichos aspectos.
		Insatisfacción con la situación social	Desacuerdo con las dinámicas socio políticas del país.
Circunstancias políticas	Situación política del país que dilucidan movimientos que establecen sus propias políticas y que han influenciado en el pensamiento de los jóvenes, ya sea por su claridad o por el estatus de resistencia al gobierno que permiten, generando expresiones de desacuerdo por medio de la creación de los grafitis.	Manifestaciones políticas	Forma de mostrar acuerdos o desacuerdos con la situación socio política del Estado y las acciones que toma el gobierno para mantenerla.
		Políticas de los movimientos	Estrategias y lineamientos sobre los que se establecen los diferentes movimientos socio políticos alternos al gobierno de un país.
		Movimiento	Corriente que establece su propio estilo de pensamiento y tendencias, con el fin de contraponerse al poder Estatal.
		Resistencia Política	Intransigencia que se lleva a cabo por medio de los movimientos con el fin de contraponerse a las políticas del gobierno en curso.
		Claridad política	Legado que dejó el buen manejo de la conformación de guerrillas con un verdadero objetivo político.
		Situación política	Circunstancias que permiten la fluidez de una condición política específica.
		Influencia Política	Influencia social y personal que el personaje político tiene y que influye o incita a la búsqueda de los cuestionamientos planteados en los grafitis.

Las categorías emergentes del proceso de entrevistas se consignan a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3
Categorías Emergentes de las Entrevistas

CATEGORÍAS ENTREVISTAS			
Categoría	Concepto	Sub-Categoría	Concepto
Tipología	Diferentes tipos de mensajes políticos y no políticos encontrados en los muros de la ciudad	Pintada	Grafiti que tiene la característica de no estar hecho para ser llamativo, pero que permite expresar la oposición al estatus quo.
		Bombardeo o Vomitado	Es una pintada o grafiti que se hace de manera muy rápida.
		Arenga	Mensaje oral utilizado en las marchas, es corto y conciso.
		Periódico o Folleto	Documentos que se pasan con el fin de realizar algún tipo de información frente a una situación social política.
		Trow Up	Es similar al vomitado, pero en algunas ocasiones se asimila al Tac que es la chapa o firma de los grafiteros.
		Grafiti Artístico	Mensaje urbano que se caracteriza por su estética visual pero que tiene un mensaje publico político explícito.
		Marchas	Movimientos macro que facilitan la divulgación de las inconformidades de carácter político.
		Esténcil	Es una plantilla de gran calidad estética que sirve para reproducir la misma figura o mensajes en diferentes puntos de la ciudad.
		Grafiti Político	Es similar a la pintada, generalmente se conoce se esta manera, es un grafiti que su contenido gira en torno a la crítica política social.
		Grafiti	Hace referencia al grafiti artístico, generalmente realizado por tribus urbanas, tiene gran cantidad de detalles y calidad estética.
Antecedentes	Acontecimientos previos, que han hecho historia a través del tiempo.		
Expresión	Es el objetivo más importante para el creador, que desea divulgar, o publicar lo que opina, conoce y desea.	Vandalismo	Forma de expresión que está asociada a la formación cultural y que es catalogada como aversiva para la sociedad.
		Ilegalidad	Acciones realizadas en un marco no aceptable socialmente, ni normativo.
		Legal	Acciones emergidas en los parámetros normativos y autorizados por la sociedad y el gobierno.
		Oportunidad	Circunstancia favorable o momento adecuado para realizar un grafiti.
		Difundir	Divulgación de inconformidad frente a los estatutos políticos. Son estrategias implementadas por los grafiteros para brindar el mensaje a la mayor cantidad de personas posibles.
		Rap	Otra alternativa implementada por el creador del grafiti, para difundir el mensaje político de inconformidad.
		Objetivos	Hacen referencia a la finalidad que persigue el grafiti. Y la medida en la que estos se cumplen.

Contexto Creativo	Factores y estrategias implementadas para la creación de los grafitis y/o pintadas, a fin de generar impacto y mejorar el contexto social.	Color A La Ciudad	Percepción de los grafiteros y sustentación de los mismos, para realizar grafitis.
		Habilidad	Competencia que tiene el grafitero o creador del grafiti para la realización de la obra o mensaje.
		Estética	Son todas las características físicas que acompañan el grafiti y que permiten generar impacto frente a los transeúntes.
		Otros Factores	Factores externos adicionales, que influyen en la creación del grafiti.
Procesos Psicológicos	Diferentes procesos que se evidencian en el emisor o creador del grafiti,, y en el receptor o transeúnte durante el lapso de tiempo que rodea el grafiti.	Rebeldía	Es la característica del grafitero que lo hace estar inconforme con el orden de la estructura social y lo motiva a expresar su inconformidad.
		Percepción	Proceso mediante el cual, los transeúntes, reciben, elaboran, e interpretan la información suministrada en los grafitis o pintadas.
		Ideas	Pensamientos emergentes sobre una situación política específica.
		Reflexión	Proceso de abstracción mediante el cual el grafitero pretende crear interés en los receptores por investigar a fondo el contenido del grafiti.
		Emociones.	Momentos de adrenalina, que rodea la creación del grafiti.
		Planeación	Proceso mediante el cual, el grafitero decide el sitio, forma, mensaje y/o tiempo para la realización del grafiti o pintada.
Grupos Sociales	Conjunto de personas que comparten ciertas ideas y prácticas que los lleva a coincidir en el ejercicio de hacer los grafitis, ellos planean conjuntamente el mensaje	Organización Animalista	Grupo de personas con el ideal común de defender a los animales, a través de protestas, documentos informativos y grafitis.
Ideología	Postura filosófica y teórica frente a la situación política, para la creación del grafiti.		
Control Social Percibido	Hábitos de los grafiteros, en el momento de crear un grafiti, y las restricciones que existen en el contexto para hacer dichos grafitis.	Cantidad De Personas	Número de personas que se reúnen con el fin de realizar un grafiti.
		Vestuario	Traje específico utilizado por los grafiteros con el fin de pasar desapercibidos en el momento de realizar las pintadas.
		Horario	Hora específica del día en la que es más adecuada la realización del grafiti, ya que es menos probable ser identificado por las autoridades.
		Vigilancia Policial	Es el control ejercido por autoridades de seguridad para que no se realicen los grafitis.
		Estatus Del Lugar	Calidad del lugar según sea público o privado que puede posibilitar o dificultar la realización del grafiti, según haya o no vigilancia policial, dependiendo de si es un lugar público restringido (p.ej Palacio de Justicia) o un lugar público permitido (p. ej parque de barrio). Igualmente algunos lugares privados pueden tener mayor vigilancia (p. ej casa dentro de un conjunto residencial) o menor vigilancia (p. ej. casa o local abandonado)

Medios De Comunicación	Forma mediante la cual se transmite la mayor cantidad de información socio-política del país.	Influyente	Es la manera en la que los medios de comunicación transforman la realidad con el fin de generar falsas expectativas sobre la realidad socio política del país.
		Crímenes	Eventos socialmente traumáticos que han generado genocidios y que han quedado impunes ante el país, ya que no son transmitidos.
		Redes Sociales	Herramientas que son utilizadas con el fin de difundir la inconformidad política a través de la red.
		Videos	Estrategia utilizada para difundir la inconformidad política de forma indirecta.
Experiencias	Conocimiento derivado de la vivencia u observación		
Circunstancias Políticas	Periodos específicos a nivel político, que dilucidan su influencia en los pensamientos de los jóvenes, generando expresiones de desacuerdo por medio de la creación de los grafitis.	Situación Política	Circunstancias políticas específicas del momento político que se está viviendo.

Por último, se presenta en la tabla 4 la categorización de la información recolectada del trabajo realizado con redes sociales por la web.

Tabla 4.
Categorías Emergentes de las Redes Virtuales

CATEGORÍA REDES VIRTUALES			
Categoría	Concepto	Sub-categoría	Concepto
Participación Virtual Política	Concurrencias virtuales que se concentran en un mismo espacio con información e intereses comunes para departir opinión frente a un tema.	Grupos urbanos	Mecanismos de identificación de los jóvenes, que se manifiesta por medio de gustos, creencias, influenciados generalmente por la política, la música, el deporte; cada uno de ellos posee características diferentes, vestimentas entre otros, que permiten diferenciar fácilmente unos de otros.
		Agresión	Conducta manifiesta frente a un suceso o hecho, con el cual un grupo o individuo se siente identificados
		Problemática social	Percepción y definición de un fenómeno social que afecta a una población, y donde se pone en marcha acciones para solucionarlas por parte de esa población
		Libertad	Es expresar sin restricción sentimientos y opiniones a través de diferentes medios de comunicación (televisión, medios impresos, grafitis)
		Inconformidad	Manifiesto de desacuerdo frente a posturas designadas o políticas establecidas por determinado ente público

Discusión

Las pintadas son mensajes políticos escritos en los muros hacia el espacio público, tienen relación con el grafiti pero se diferencian de estos en que: 1) no hay necesariamente un interés por lograr presentaciones estéticas, como si lo hay en el grafiti, y 2) las pintadas tienen siempre de fondo un mensaje político, mientras los grafitis pueden tenerlo pero no es una condición. La pintada interpela a los transeúntes por un breve lapso de tiempo, lo cual no les resta importancia puesto que este tipo de encuentros son los que estructuran las dinámicas de la ciudad. La razón de ser de la pintada, desde el punto de vista del emisor, es lograr la reflexión del transeúnte, alcanzar este objetivo implica procesos psicológicos tanto del emisor (planeación, ensayo) como del receptor (interés en la política), además se deben tener en cuenta características de contexto (el momento histórico, el control social) al no lograr la reflexión del transeúnte es muy posible que se dé una emoción negativa a partir de la cual el receptor evalúa la pintada como una agresión hacia el espacio público, de fondo una agresión a los demás ciudadanos. Aunque algunas pintadas en particular no conlleven a un análisis profundo por parte del transeúnte, las pintadas en general si generan opiniones, y los espacios de la ciudad que son más utilizados para las pintadas comienzan a convertirse en espacios simbólicos de resistencia. La pintada como forma de comunicación escrita tiene su análogo oral en la arenga, aunque ésta suele tener más recordación por la utilización del verso y el ritmo, la arenga como la pancarta son otros tipos de mensajes políticos reconocidos a lo largo de la etnografía del grafiti, sin embargo dado que estas formas de mensaje son fugaces la utilización de otros medios alternos suplen esta característica, entre otros los folletos, los CD, los pasquines impresos cumplen esta función. A la vez estos medios alternos llevan al espacio privado los mensajes que se reciben en el espacio público. En cuanto a las temáticas a las que más se hace referencia en la pintada están: a) la reivindicación o restitución de derechos como la vida, el trabajo, la educación, la libertad, la igualdad y la salud; b) oposición ideológica y se centra en el rechazo a las ideas, planes o actos del gobierno y a los medios de comunicación que apoyan dicho gobierno; c) las actividades, situaciones, enfoques o políticas económicas como el capitalismo, consumismo, miseria, codicia, neoliberalismo o transnacionalización.

Es importante, tener en cuenta que para la realización del grafiti existe una condición previa de des-

contento o malestar por diversas situaciones de orden macro-social pero también micro-social, psicológico o individual. Es decir la importancia del estudio del grafiti desde lo psicológico no es solo que constituye la expresión de una oposición, o satisface un deseo, sino que además evalúa los valores de las personas y de la sociedad y aboga por un cambio hacia los valores deseables.

Acerca de la interacción con el mensaje político urbano fuera de su contexto de origen (la ciudad) y su trasladado al medio virtual (páginas de fotografías de grafitis por ejemplo) también se pueden hacer discusiones significativas. La participación en los espacios de internet que recopilan grafitis políticos es baja, según lo encontrado en la investigación cada vez menos jóvenes se interesan en los mensajes políticos urbanos, no importa si los mensajes se pueden observar directamente o a través de internet, es decir, internet no propicia por sí solo el aumento de interacción con los mensajes políticos urbanos, sino que son necesarias otras condiciones que se explicaran más detalladamente enseguida.

La primera condición tiene que ver con el interés que tengan los usuarios de la web acerca del tema, sobre lo que se puede decir que la relevancia de la pintada está sujeta a ciertos momentos sociales, de modo que se pueden producir picos en épocas de actividad política tales como las elecciones populares y también pueden haber lapsos prolongados de tiempo (meses) en los que no haya intensión de los cibernautas por participar en los espacios virtuales. Segundo, las páginas deben tener un alto nivel de accesibilidad, tanto en su estética (que sean llamativas o agradables) como en requerimientos técnicos (por ejemplo tener un dominio propio o crear links con páginas similares). Tercero, el mismo montaje de una página web en internet, implica la participación de los autores de dicha página, por lo que la interacción virtual con los grafitis no solo se debe medir por la participación de los visitantes sino también por los objetivos del autor al crear la página.

Es importante decir al respecto, tanto de la participación virtual como de la participación presencial, que si bien los jóvenes manifiestan la necesidad de participar y su deseo de hacerlo, es importante: 1) Abrirles los espacios para que se dé la participación puesto que los jóvenes, prefieren los grupos de participación horizontales y no formales, puede suceder que no tomen la iniciativa para crear los espacios de discusión y participación por ellos mismos, y 2) Abiertos estos espacios, es importante propiciar la discusión constan-

te, puesto que se observó que cuando se proponen las temáticas políticas de discusión, los jóvenes en su gran mayoría se muestran motivados, pero para conservar este nivel de interés es importante mantenerlos informados sobre las diferentes posiciones acerca de las temáticas y sobre todo mostrar respeto por sus puntos de vista, pues las experiencias negativas de participación afectan sus acciones participativas futuras.

Referencias

- Anduiza, E., Cantijoch, M., Gallego, A., & Salcedo, J. (2010). *Internet y participación política en España*. Madrid: Centro Opiniones y Actitudes.
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?*. Barcelona: Paidós.
- Borge, R., & Cardenal, A. (sf). *La influencia del uso de Internet en la participación política: una nueva aproximación metodológica*. Universidad Oberta de Cataluña.
- Castleman, C. (1987). *Los graffiti*. Madrid: Herman Blume
- De La Corte, L. (1998). *Compromiso y ciencia social: El ejemplo de Ignacio Martín-Baró*. Madrid.
- Delgado, M. (1999). *El animal público*. Bogotá: Anagrama S.A.
- Delgado, R. (2006). La acción colectiva juvenil como expresión de ciudadanía. En *Una Pedagogía del Encuentro. Módulo Construcción de Ciudadanía*. Pontificia Universidad Javeriana. Vicerrectoría del Medio Universitario. Instituto Pensar.
- Gamarra, H. (SF). *"El estado colombiano y el control social"*. Fundación Participar: Recuperado de http://www.fundacionparticipar.org.co/DocumentosParticipar/Control_Social1.pdf
- García, O., & Vázquez, R. (2007). Participación política y exposición mediática ¿malestar mediático o círculo virtuoso? *Cuadernos de Comunicación*, 1, 36-57
- Hine, C. (2000). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Reyes, L., Oñate, E., De La Peña, D., Daza, N., & Padilla, J. (2011). *Mensajes políticos urbanos y participación de los jóvenes en la vida pública*. Informe final de investigación Inédito. Universidad Católica de Colombia. Acceso Restringido.
- Silva, A. (1986). *Una ciudad imaginada: Grafiti y expresión urbana*. Bogotá: U.N.

