

El espacio oculto del discurso del graffiti en las salas sanitarias universitarias*

Alexander Mosquera y Dobrila Djukich de Nery

*Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA),
Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia (LUZ)
E-mail: amosquera@luz.ve / dobrila@icnet.com.ve
Maracaibo, Venezuela*

Resumen

Este trabajo enfoca el graffiti (G) bajo la perspectiva de la semiótica espacial (Greimas et Courtés, 1979), en ejes opuestos de significación social (Augé, 1996; Landowski, 1997). Se aplicó el estudio a las salas sanitarias en tres universidades del Estado Zulia y se seleccionó como muestra el material de LUZ (Maracaibo), porque allí se obtuvo la mayor representatividad de G (430 G–88% del total). Entre los resultados se identificaron y jerarquizaron nueve áreas temáticas, de las cuales predominó la sexual (82%) con tres sub-áreas (oferta-demanda, obscena y amistosa). Con estos datos, sumados a las entrevistas aplicadas a los estudiantes universitarios, se diseñó el modelo comunicacional privado, en el que se establece un diálogo entre un oferente y un demandante, usualmente anónimos, y se construyó el espacio socio-cultural visto como confrontación entre lo abierto-cerrado, masculino-femenino, restricción-libertad, público-privado (Djukich de Nery y Finol, 1998). El aporte de este trabajo radica en la profundización de un espacio visual concebido como significación de relaciones emotivas y cognitivas.

Palabras clave: Socio-semiótica, Discurso Sexual, Graffiti en Salas Sanitarias.

Recibido: 25 de octubre de 2001 • Aceptado: 30 de noviembre de 2001

* Este trabajo fue financiado por la División de Investigación de la Facultad de Ciencias de LUZ (Proyecto FDI-03-21-2000).

Hidden Discursive Space in Graffiti in University Restrooms*

Abstract

This work focuses on graffiti (G) under the perspective of space semiotics (Greimas et Courtés, 1979) on opposite sides of social meanings (Augé, 1996; Landowski, 1997). This study was applied to both male and female restrooms in three universities in Zulia State, and the material from LUZ (Maracaibo) was chosen, since it had the largest representation of the total number of G (430 G-88% of the total). Among the results there were nine thematic areas identified and prioritized, in which the most significant one was the sexual area (82%) with three sub areas (offer and demand, obscenity and friendliness). Based on this data, along with interviews applied to university students, a private communicational model was designed, which establishes a dialog between an offering and a respondent, usually anonymous, and built into a social-cultural space seen as the confrontation between open and close, male and female, restriction and freedom, public and private (Djukich de Nery y Finol, 1998). This research contributes to deeper understanding of visual space as significant in emotive and cognitive relationships.

Key words: Social semiotics, sexual discourse, restroom graffiti.

INTRODUCCIÓN

La revisión de la literatura científica indica que hasta ahora los graffiti en Venezuela no han sido analizados desde una perspectiva semiótica, a excepción de los trabajos realizados en el Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA) de la Universidad del Zulia (Venezuela), por Dobrila Djukich de Nery y José Enrique Finol. Lo anteriormente mencionado le da pertinencia al presente trabajo (1), ya que contribuye con la ampliación de las investigaciones adelantadas en el país por los citados autores, en el campo del graffiti urbano. El referido aporte complementario se da en el sentido de que ha sido posible establecer una comparación entre los graffiti y graffiteros de los espacios abiertos, con

* This work was financed by the Research Division of the Faculty of Sciences of LUZ (Project FDI-03-21-2000).

respecto a los de los espacios cerrados abordados (las salas sanitarias). Además, se ofrece una innovación al llevar a cabo un enfoque socio-semiótico de esos espacios como sistemas de significación, en la medida en que se confronta lo abierto-cerrado, masculino-femenino, restricción-libertad, público-privado, en sus relaciones emotivas y cognitivas.

Asimismo, esta investigación permite conocer el graffiti que, por su carácter de fenómeno cultural principalmente urbano, abre paso a un proceso comunicacional atípico que viola modelos de comunicación pre-establecidos y del cual se origina un nuevo espacio expresivo en el que pueden coincidir la poesía y la crítica, cuando se trata de espacios abiertos. En el caso de las salas sanitarias universitarias, la intimidad brinda a los jóvenes mayores oportunidades para crear y expresar con libertad sus mensajes, que tienden a ser más monosémicos (predominan los de contenido sexual) que en los espacios abiertos.

Ya se mencionó que en Venezuela no se ha hecho un estudio sistemático de los graffiti, de manera que este trabajo respalda la labor iniciada al respecto por el Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas (LISA) del Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad de Ciencias de la Universidad del Zulia (Venezuela), ya que fortalece una de sus líneas de investigación: las representaciones urbanas. Al respecto, entre los objetivos planteados por el presente análisis figuran:

1. Conocer el discurso expresivo desarrollado por los jóvenes a través de los graffiti en los recintos universitarios cerrados.
2. Conocer los puntos de vista de los jóvenes universitarios sobre el graffiti en general y el de las salas sanitarias en particular.
3. Comparar la actividad discursiva de los espacios abiertos con la de los espacios cerrados.
4. Aportar conocimientos al estudio de la semiótica espacial como relación emotiva-cognitiva.

1. UNA HUELLA EN EL TIEMPO

Históricamente, el hombre ha sentido la necesidad de dejar la huella de su transitar por el mundo, para así concretar su dimensión como ser histórico-cultural, y en su hacer es capaz de conocer y transformar la realidad que lo rodea.

De allí que recurra a diversas formas de expresión que dan cuenta de ese transitar y de su misma capacidad pensante, entre las cuales resalta la escritura. Ésta se inició con los primeros trazos que el hombre realizó en los muros de su cueva, en las columnas de piedra que erigió y en las paredes con las que ornamentó su hogar. Roma y Pompeya son un ejemplo de este gusto por utilizar el muro como intermediario y al graffiti como expresión, tal como lo han denominado los arqueólogos (Cfr. Reisner y Wechsler, 1974:vii).

Hoy día, el graffiti se ha convertido en un fenómeno comunicacional practicado de manera masiva por los jóvenes, quienes hacen las veces de actores principales de un ritual en el que utilizan canales no convencionales, para divulgar sus mensajes hacia un público que, en vez de receptor, pasa a ser un testigo de los mismos o un “espectador vicario” (Djukich de Nery y Finol, 1998a:6). Sobre todo en los espacios cerrados como las salas sanitarias, ese espectador se transforma en un testigo obligado, pues inevitablemente hará el papel de público que lee los escritos que allí aparecen -a pesar de que no estén dirigidos directamente a él-, durante el tiempo que dure su estadía en ese lugar.

Dichos mensajes pueden aparecer en espacios abiertos como paredes o superficies de sitios públicos -entre ellos edificios, parques y trenes-, o en espacios cerrados representados por las citadas salas sanitarias. De acuerdo con Reisner y Wechsler (1974:vii), el contenido de los graffiti en estas últimas suele abarcar, en especial, temas políticos, sexuales, amorosos u obscenos. El presente trabajo se centra en el análisis de los graffiti escritos en dichos espacios de distintas instituciones universitarias del Estado Zulia (Venezuela), en los que se observó una fuerte presencia de la temática sexual.

Como se sabe, la etimología de la palabra “graffiti” indica que proviene del término italiano *graffitto* (para el singular, mientras que el plural en el referido idioma es *graffitti*), que significa “dibujo esgrafiado”. En la actualidad, ese vocablo hace alusión tanto a los escritos como a las imágenes realizadas en paredes o superficies de los mencionados sitios públicos o cerrados.

Ya se ha dicho que la cultura y los pueblos son definidos de acuerdo con su lenguaje (Focault, 1966; Hjelmslev, 1971) y el graffiti como parte de éste permite conocer ciertos aspectos de la vida de una sociedad.

Así se puede apreciar en las citadas pinturas rupestres, que sirvieron para representar escenas como la caza, ceremonias espirituales, entre otras.

En el mundo contemporáneo, investigadores de diversas disciplinas científicas ubican el surgimiento del graffiti urbano en el mayo francés de 1968, como medio de expresión contestataria de la juventud rebelde. Además, señalan que si bien al principio los espacios que ocupaban esos mensajes eran abiertos (estaciones de trenes, buses y muros), más adelante se observarían también en espacios cerrados como las salas sanitarias de colegios y universidades (Reisner y Wechsler, 1974; Abel y Buckley, 1978; Rees, 1981; Posener, 1982; Otta, 1992; Djukich de Nery y Finol, 1998a; Esqueda Torres, 2000).

En el ámbito americano, Silva (1987) señala que en Nueva York el graffiti se inició en el metro en los años 70 y luego invadió espacios metropolitanos, donde a veces era dibujado en grandes dimensiones y con “aparente ausencia de sentido”. Sin embargo, allí hay la manifestación de una cultura *ghetto*, pues se trata de diseños o grafemas hechos por miembros de grupos marginales (puertorriqueños, afro-americanos y latinos en general), quienes de esa manera hallaron una vía de reconocimiento público y evidenciaron un propósito micropolítico: marcar el territorio.

Pero sean espacios abiertos o cerrados, en ambos casos el graffiti posee un claro contenido de transgresión y vandalismo (Djukich de Nery y Finol, 1998a:6), aunque la tendencia actual apunta hacia su uso como arte, en el sentido de que requiere de ciertas habilidades y práctica, así como tiempo de dedicación y deseo. Museos en distintas ciudades europeas y americanas han realizado muestras artísticas sobre graffiti y mantienen páginas web, en las cuales hacen convocatorias a exposiciones, entrevistas, sondeos de opinión, congresos, etc. (www.visualorgasm.com, 2000 / www.catalunya.net/esp/expressions/graffiti/welcome.html, 2000).

En lo que respecta al graffiti urbano en Venezuela, la literatura consultada permite reiterar que no hay un estudio sistemático sobre el referido tópico. Sin embargo, se puede mencionar el trabajo realizado por Djukich de Nery y Finol (1998b), quienes reportan como principales temas los mensajes amorosos, agresivos, amistosos y humorísticos, que aparecen en los espacios abiertos.

2. UN ENFOQUE DEL HACER ESPACIAL

El análisis socio-semiótico de los graffiti de las salas sanitarias universitarias se enfocó teniendo en consideración el estado de la situación discursiva (el ser), las modalidades de acción (el hacer), los terrenos de intervención (las variaciones discursivas y su espacio) y una aproximación a las categorías de la manifestación (las pasiones). Para ello, se tomaron en cuenta los trabajos de Greimas y Courtés, 1979; Bremond, 1980; Courtés, 1980; Silva, 1987 y Landowski, 1997.

Tal caracterización se focaliza desde la mirada del espectador-vicario. El término “focalización” -tomado de G. Genette- se emplea aquí en dos sentidos:

1. Focalizando al objeto de estudio en sí. Este procedimiento consiste en circunscribir una secuencia narrativa por aproximaciones concéntricas sucesivas, hasta lograr unidades de coordenadas significativas cada vez más precisas o isotopías.
2. Utilizando la mirada cognitiva que efectúa un espectador-observador instalado en el discurso narrativo (Genette, en Greimas y Courtés, 1979:197-198), y esta función permite conocer el punto de vista de ese mediador.

Paralelamente, el espacio se observa como objeto con propiedades visuales que son utilizadas por los sujetos como programas narrativos; es decir, que el graffiti en las salas sanitarias tiene una eficacia operatoria que se presta a significaciones, porque el graffitero es el productor-consumidor de ese espacio y participa en él con todos los sentidos, fundamentalmente el visual, manifestando un *saber* cuya dimensión es emotiva y cognitiva (Greimas y Courtés, 1979:40 y 132).

En primer lugar, en cuanto al objeto focalizado, se delimitó el enunciado del estado de la situación discursiva (el ser), tomando en cuenta que se trata de graffiti realizados en las salas sanitarias para hombres y mujeres de universidades, así como sus modalidades de expresión que incluyen, además de letras, dibujos y trazos. De esta forma, se ubicaron las regularidades lexicales con las cuales se conformaron isotopías o núcleos de significados, que son los que permiten construir el discurso lexical. Esta construcción se logró al obtener “la repetición de clasemas a lo largo de la cadena sintagmática, de tal manera que le aseguran al enunciado su homogeneidad” (Greimas y Courtés, 1979:197).

Así, se caracterizaron núcleos de significados que muestran figuras como: identidad/anonimato, masculino/femenino y marcas. El término “marca” se entiende aquí en el sentido psicosocial, o sea, para marcar territorialidad, dejar huellas o como mera representatividad del sexo (Landowski, 1997: 56-60).

En segundo lugar, al utilizar la focalización del observador, entramos en los terrenos de la intervención visual del espacio y en las categorías de la manifestación de los jóvenes entrevistados. Sus resultados se clasifican en ejes opuestos de significación social: positivos, negativos y eclécticos (Augé, 1996; Landowski, 1997), con lo cual se obtuvo un perfil de opinión sobre el graffiti en Venezuela y con ello se logró diseñar el discurso oculto del graffiti.

2.1. Técnicas de recolección de la información

Ésta se llevó a cabo en los meses de enero a mayo de 2000, mediante fichas de contenido y entrevistas elaboradas en el LISA. Las fichas se estructuraron sobre la base de ítems que permitieron conocer aspectos como: temas de los graffiti, ubicación espacial en las salas sanitarias universitarias, materiales utilizados para escribir los graffiti, distribución de estos últimos según el sexo (determinado de acuerdo con su presencia en las salas sanitarias de caballeros o de damas), además de la identificación de las universidades y facultades en las cuales se tomó la muestra. Se trabajó con las diez facultades de La Universidad del Zulia (LUZ - Maracaibo), con el Núcleo Cabimas de LUZ (LUZ - Cabimas), con la Universidad Rafael Urdaneta (URU) y con la Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE).

En relación con el segundo instrumento utilizado para recolectar la información, y dado que este estudio es cualitativo, se aplicaron 47 entrevistas a estudiantes universitarios de ambos sexos (cuyas edades oscilaban entre los 16 y los 19 años), con el fin de ampliar o profundizar los niveles de significación del tema. Dichas entrevistas estaban constituidas por respuestas múltiples, para ítems que perseguían determinar aspectos generales como: la definición de graffiti y de graffitero, la utilidad de este tipo de representaciones urbanas, el nivel social y la categoría temporal que involucra la realización de esta actividad. También se llevó a cabo una recolección de 23 fotografías con una cámara Sony Mavica Digital 10X, además de que se efectuó la respectiva revisión bibliográfica.

2.2. La muestra

Con la aplicación de las fichas de contenido se recolectó un total de 430 graffiti en esas tres universidades del estado Zulia, de los cuales 88% corresponden a LUZ-Maracaibo, 7% a LUZ-Cabimas y 5% a la URU, mientras que en la URBE no se consiguieron graffiti en sus salas sanitarias. La primera es pública y las restantes, privadas (Véase Cuadro 1).

Cuadro 1
Graffiti en las salas sanitarias de las universidades del Edo. Zulia (2000)

Universidad	Total Graffiti	%
LUZ-Maracaibo	380	88%
LUZ-Cabimas	29	7%
URU	21	5%
URBE	0	0%
Total graffiti en universidades del Edo. Zulia	430	100%

Para el presente estudio se trabajó con la muestra de LUZ-Maracaibo, por ser la más representativa. De ésta, se seleccionó como corpus para el análisis socio-semiótico, los 104 graffiti sexuales recogidos en las salas sanitarias de caballeros y de damas de dicha institución, porque como isotopía fue la que predominó numéricamente, además de que está subyacente en otras isotopías establecidas en la investigación, tales como: la amorosa, la agresiva y la obscena. En ese sentido, se aplicó el estudio a dichas salas en las diez facultades de esa universidad, bajo la perspectiva de la semiótica espacial, en ejes opuestos de significación social (Augé, 1996; Landowski, 1997), tal como se indicó antes.

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se debe reiterar que, para efectos del análisis socio-semiótico que se llevó a cabo, sólo se seleccionó la muestra de LUZ-Maracaibo, en vista de que representa la mayoría porcentual (88% del total) de la población abordada. Con el mismo fin se eliminaron los 23 graffiti correspondientes a la categoría de “Otros temas” (aquéllos con poco número temático o ilegibles), de manera que la muestra se redujo a 357 graffiti; de és-

tos, se trabajó con los 104 correspondientes a la isotopía “sexo”, por las razones de preeminencia ya explicadas. (Véanse algunos ejemplos en el Anexo A).

De los 380 graffiti obtenidos en LUZ-Maracaibo, 73% se hallaron en las salas sanitarias masculinas y 27% en las femeninas. El contenido de los mismos se señala en las Figuras 1 y 2.

Figura 1
Graffiti en salas sanitarias masculinas de LUZ (2000)

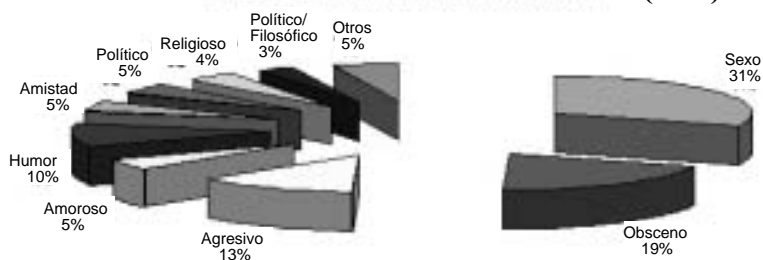
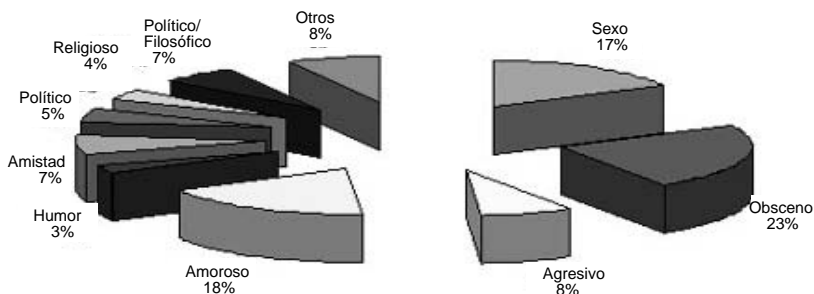


Figura 2
Graffiti en salas sanitarias femeninas de LUZ (2000)



Dichos graffiti aparecían escritos en lugares como las paredes de las salas sanitarias para hombres (75%) y para mujeres (25%), en las puertas (67% y 33%) y en los espejos (50% y 50%). Para su elaboración se utilizaron marcadores (67% en el primer caso y 33% en el segundo), lápices (84% y 16%), bolígrafos (55% y 45%), tiza (56% y 44%) y otros materiales (50% y 50%).

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Universitarios al desnudo

El enunciado de la situación discursiva muestra que los hombres son más dados a recurrir a este tipo de representaciones urbanas, en comparación con las mujeres. Además, ellos tienden a utilizar sus escritos para expresar principalmente mensajes de sexo (83%), obscenos (69%) y agresivos (82%), en tanto que ellas le dan prevalencia a los mensajes amorosos (59%), obscenos (31%) y de sexo (17%). De las isotopías resultantes allí se desprende que los hombres son en esencia “sexualmente obscenos y agresivos”, mientras que ellas son más bien “obscenamente amorosas y sexuales”.

En estos casos, en ambos grupos los mensajes sexuales se manifiestan de manera recurrente como una categoría significativa, a través de los clasemas *oferta y demanda de sexo*, bajo la modalidad de “anuncios de prensa” (56% y 61% en cada sector); luego siguen los de *sexo obsceno* (27% y 33%) y los de *sexo amistoso* (17% y 6%).

En los graffiti de oferta y demanda de sexo se aprecia con más claridad la relación comunicacional que se plantea en las paredes, en la cual se establece una especie de “diálogo” entre un emisor-oferente y un receptor-demandante de sexo. Estos últimos son anónimos, o bien esconden su identidad tras un apodo o expresando alguna característica que les permita reconocerse, si se llegara a concretar el “encuentro” pautado en el “aviso publicitario”.

También se observa que en las salas sanitarias de hombres hay una acentuada tendencia a dirigir los mensajes sexuales hacia los miembros del mismo sexo. Tal situación no se presenta en las salas sanitarias de las mujeres, donde los mensajes involucran preferentemente al sexo opuesto. Vale resaltar que los jóvenes universitarios se sienten con mayor libertad para escribir en dichos espacios cerrados, pues estos últimos son utilizados como una especie de escudo tras el cual se amparan, para no ser descubiertos “in fraganti” mientras dan rienda suelta a su “hacer”. Es decir, no se sienten presionados porque *saben* que no serán sorprendidos, ni atrapados ni sancionados por su acción transgresora, porque el espacio es íntimo y reservado.

El graffitero de las salas sanitarias aprovecha la intimidad que le ofrecen estos espacios, para dejar al libre albedrío su acto creador, sin

importar la hora a la que tenga acceso a las mismas ni el tiempo que pueda estar en ellas hasta completar su “trabajo”, ya que tiene la certeza de que no será sorprendido. Apuesta al sexo sin comprometerse. Esa certeza lo conduce a escoger con calma el espacio en el cual plasmará su escrito, que en este caso fue prioritariamente en las paredes, tanto en las salas para ellos (75%) como en las de ellas (25%). En segundo lugar se prefirieron las puertas (67% y 33%) y apenas dos eligieron el espejo. El predominio de la pared como canal de comunicación se da por la dimensión que ofrece la misma para la creación, pues su amplitud brinda un espacio mucho más cómodo que las puertas de cada sala sanitaria. En cuanto al tipo de materiales utilizados para elaborar los graffiti, se evidenció el predominio en el uso de marcadores en las salas para hombres (67%) y para mujeres (33%), así como del lápiz (84% y 16%).

En estos espacios universitarios, los graffiti son un compromiso visual, pues los mensajes aparecen ubicados de tal manera, que los usuarios de las salas sanitarias entran -inmediatamente- en contacto visual con ellos y así se convierten en unos receptores que realizan una especie de lectura “obligada” de los mismos.

También se pudo apreciar que en estos tipos de representaciones se mantiene un carácter anónimo, rasgo que aparece muy acentuado en las salas sanitarias universitarias, por el propio hecho de tratarse de unos espacios cerrados, que no sólo preservan el anonimato del emisor y del receptor (que, en definitiva, son usuarios de esos lugares), sino que los mensajes únicamente llegan a un público determinado (la población universitaria) y delimitado por los espacios en cuestión. Es decir, que el graffiti se transforma en un verdadero discurso oculto, que sólo será develado a quienes tengan acceso a las referidas salas sanitarias.

4.2. El graffitero se reivindica

Después de obtener la categorización isotópica del espacio y, precisamente, para conocer mejor las distintas manifestaciones de ese discurso oculto, se giró el eje de focalización hacia el observador, mediante la aplicación de entrevistas a los jóvenes usuarios de dicho espacio.

En relación con la pregunta que se les hizo sobre la definición general de graffiti, 44% estuvo a favor del graffiti como “vía para comunicarse y expresar sentimientos; un buen modo de protestar y una obra de arte”, en tanto que 37% se manifestó en contra, por considerarlo “una pa-

red rayada, un feo modo de protestar y una forma de perder el tiempo”. Otro 18% sugirió que el graffiti puede poseer características positivas y negativas, en tanto que sólo 1% no respondió.

En el ítem referido al “hacer” de los graffiti en la calle, 55% de las respuestas fueron favorables y 45% en contra. Al profundizar en esta afirmación, en el ítem N° 2 -¿Para qué sirven los graffiti?- se observa la serie de cualidades que los jóvenes le asignan al mensaje graffitero: “para expresar sentimientos, ideas y pensamientos; divertir, hacer propaganda, protestar, pasar el tiempo, expresar el arte, embellecer un lugar, orientar a la gente, opinar, hacer publicidad, informar, *dar a conocer algo oculto*, hacer entender ideas propias; como vía de comunicación y expresión informal del mundo; para marcar territorio y para describir procesos”.

Sin embargo, los universitarios también le asignaron cualidades negativas a este “hacer”, al manifestar que el mismo sirve para: “decir groserías, ensuciar, afear un lugar, escudarse en el anonimato, molestar a otras personas, corromper a los niños, perder el tiempo, ofender, demostrar que pueden hacer lo que les da la gana; expresar inmadurez, ocio; como expresión loca y pasiva; y no son chistosos” (sic). Dichas apreciaciones se corresponden con el 37% de las respuestas que emitieron los entrevistados, al definir el graffiti como un mensaje negativo. También llama la atención que el mismo porcentaje de los eclécticos (18%) afirmó aquí que el graffiti “es una vía que sirve para cualquier fin”.

Respecto a la opinión sobre el graffitero -ítem N° 3-, el 73% de las respuestas lo ubicaron como “una persona creativa, que expresa ciertos criterios; un publicista; un artista; alguien que pasa así sus ratos libres”, aunque 27% de las respuestas fueron en contra del graffitero, al identificarlo como “un adolescente que pierde el tiempo rompiendo las leyes”, o sencillamente “una persona dedicada al ocio”.

Al tratar de caracterizar el nivel social del graffitero, la mayoría de los jóvenes universitarios consideran que ésta es una actividad que puede ser efectuada por cualquier grupo social (75%) y apenas 17% la vieron como algo exclusivo de los ricos (50%) o de los pobres (50% respuestas). En cuanto a la categoría temporal, piensan que la misma es más nocturna (60%) que diurna (17%); grupal (57%) que individual (47%); clandestina (55%) que libre (49%); espontánea (53%) que preparada (38%); y prohibida (45%) antes que permisible (9%). Allí puede obser-

vase la relación que se establece por el hecho de que, por ser prohibida, es una actividad que se realiza de manera clandestina durante la noche, para así evitar ser descubierto o atrapado *in fraganti*.

Al responder a la pregunta “¿Qué opina del graffiti en las salas sanitarias?”, la mayoría de los jóvenes coincidieron en que “es una vía para decir groserías, insultar, corromper a la sociedad, faltar el respeto, una protesta grosera, un medio para decir puras vulgaridades”. Sin embargo, todos contestaron afirmativamente a la interrogante “¿Lee usted esos graffiti?”; la razón que dieron es “porque mientras estoy allí sentado (a) o lavándome las manos los leo, por *querer saber* qué dicen o porque están allí”.

4.3. Maneras de ver

a. El Ser Masculino: El muchacho, al graffitear, asegura su presencia y señala sus “no límites” sexuales, aunque no dice mucho porque no puede escribir mucho. Por ello es que sus mensajes son directos, osados, agresivos.

b. El Ser Femenino: Abel y Buckley (1978:133) afirman que los graffiti femeninos son escasos y poco imaginativos, y la explicación a esta pasividad femenina se da por el establecimiento de normas sexistas, que hacen que las mujeres estén menos dispuestas a hacer graffiti de cualquier tipo y menos aún inclinadas a graffitear temas eróticos, por su mayor tendencia a respetar los códigos morales y convenciones sociales. De la misma opinión son Kinsey, Lomas y Weltman, así como Sechrest y Flores, citados en Abel y Buckley (1978:133-137).

Es cierto que son pocas “las graffiteras” y que sus textos son menos agresivos, pero presentan la misma tendencia sexista que los varones, pues al llegar a la pubertad, revisan los paradigmas de belleza, femineidad y comunicación. Al graffitear, están franqueando la frontera de lo permisible y entran en una actividad mayormente masculina, por lo que las jóvenes, en lugar de diferenciarse del varón, lo imitan. Ése es su otro “yo”.

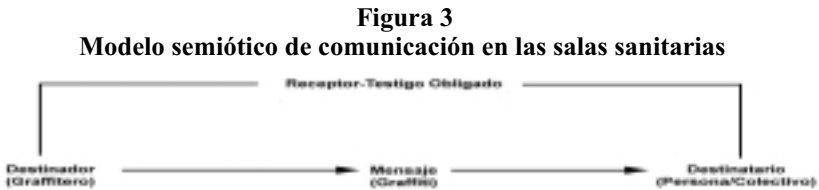
Estos jóvenes de ambos sexos muestran, con esa forma reiterativa de expresión, varios aspectos de sus creencias: buscan apoyo y popularidad en su círculo; lo hacen para llamar la atención; es una vía de escape, de desahogo y para liberar deseos. Así lo confirman las respuestas de los jóvenes entrevistados, que opinan sobre los graffiteros a los cuales conocen. En los dos casos, esa forma de expresarse conforma un ritual psico-social de personalización sexual.

4.4. El testigo obligado de un diálogo mediato

El modelo semiótico de la comunicación observado en las salas sanitarias universitarias sigue la tendencia del que definieron Djukich de Nery y Finol (1996), en el sentido de que hay un destinador (graffitero) que envía un mensaje (graffiti) a un destinatario (persona o colectivo) y que incorpora a un receptor-espectador testigo (vicario), para darle veracidad al contenido del mensaje ante el destinatario.

Sin embargo, puede decirse que hay una pequeña variación en dicho modelo, pues el carácter de espacio cerrado convierte al vicario en un testigo obligado de ese mensaje, ya que por el solo hecho de entrar a la sala sanitaria, establece un contacto visual inmediato con el graffiti, de manera que es “atrapado” aunque el mensaje no vaya dirigido a él.

Al representarlo mediante un esquema quedaría así:



De todas formas, ese testigo obligado muchas veces asume el rol de destinatario de un mensaje dirigido a un colectivo -o incluso a una persona en específico-, lo cual le lleva a entablar un diálogo mediato con el destinador, bien sea para rechazar el contenido del graffiti o para continuar con una conversación mural que normalmente gira en torno al sexo.

Pero, si se quiere construir un modelo semiótico de la comunicación tomando en cuenta la isotopía predominante en el graffiti de las salas sanitarias universitarias (sexo), se tiene a un emisor-oferente de sexo (graffitero anónimo, con apodo o marca) que envía un mensaje (graffiti a manera de “aviso publicitario”) a un receptor-demandante de sexo (persona o colectivo, también anónimo, con apodo o marca), cuya relación es presenciada por un receptor-testigo obligado (usuario de la sala sanitaria), que en ocasiones se apropia del papel de destinatario (receptor-demandante). Un esquema lo representaría de la siguiente manera:

Figura 4
Modelo semiótico de comunicación sexual en las salas sanitarias



En este caso, tanto el emisor-oferente como el receptor-demandante utilizan ese espacio oculto a manera de máscara, para expresar un discurso que la mayoría de las veces está dirigido a los miembros del mismo sexo (especialmente en las salas sanitarias masculinas), de manera que restringen su contenido a las paredes de esos espacios.

Además, dicho espacio se torna ideal para confrontar las tensiones de las existencias virtual y real de los referidos actores, quienes se sienten en plena libertad para jugar a “ser yo y parecer otro” o “ser otro y parecer yo”. Allí también está subyacente una especie de conciencia del “no deber graffitear” en espacios abiertos, y mucho menos en esos términos y sobre un tema aún considerado tabú (sexo) o estigmatizante (homosexualidad).

No obstante, el emisor-oferente procede a graffitear con una intención lúdica e íntima, que busca comprobar el efecto producido por un mensaje que transgrede las normas y violenta la tranquilidad de los usuarios de las salas sanitarias. De allí que se oculte tras una máscara (anónimo, apodo o marca), para poder llevar a cabo su accionar.

CONCLUSIONES GENERALES: ESPACIO OCULTO Y SEXO: LA TENDENCIA

A manera de conclusión, se puede decir que el accionar (*el hacer*) del graffitero presenta ciertas variaciones, dependiendo del lugar en el cual se lleve a cabo: en un espacio cerrado o en un espacio abierto. Pero, sea en uno o en el otro, se mantiene el hecho de que los jóvenes venezolanos se sienten atraídos por una forma de expresión alterna, que en el caso del graffiti es empleada principalmente en función lúdica, intimista y de transgresión (Djukich de Nery y Finol, 1998a).

Dicha función se acentúa aún más en los espacios cerrados, según se aprecia en el tipo de mensaje que allí predomina: el graffiti de contenido sexual. En otras palabras, que el discurso tiende a ser más monosémi-

co en comparación con la temática registrada en los espacios abiertos, donde prevalecen los de contenido amoroso, agresivo, amistoso y humorístico (Djukich de Nery y Finol, 1998b).

De todas formas, en ambos casos el hacer del graffitero sigue siendo considerado como un acto de transgresión y vandalismo (Djukich de Nery y Finol, 1998a:6), cuya ejecución se apoya en el anonimato observado en los espacios abiertos y cerrados, en los que la pared mantiene su estatus de “telaraña que atrapa a la mosca” (Djukich de Nery y Finol, 1998a).

Es así como en los recintos cerrados esos mensajes sexuales son expresados bajo el amparo que ofrece la intimidad propia de las salas sanitarias, de manera que los jóvenes recurren a estos espacios para dar a conocer un discurso oculto, que está dirigido a un público-espectador más concreto (los usuarios de las salas sanitarias), en comparación con los graffiti de los espacios abiertos. En este último caso, es un discurso público que pertenece a todo aquél que transite por el muro escrito.

En las salas sanitarias, lo oculto se presenta en cuatro espacios a saber:

1. El espacio físico: las salas sanitarias universitarias: el usuario que entre a estos espacios “no puede no ver” lo que esté a su alrededor, pues son sitios generalmente pequeños y siempre se obtiene una visión de conjunto para tener un panorama de lo que le rodea; pero al comparar este espacio con el de la calle, el de estas salas es cerrado, privado, íntimo y **oculto**.
2. El espacio visual: la pared graffiteada: la modalidad que influye en la acción del joven que entra a la sala sanitaria es que “no puede dejar de ver” el mensaje en la pared, la puerta del baño o en la tapa del inodoro, porque esos espacios tienen escritos o dibujos y éstos atraen la mirada, para informarse, conocer. *Poder saber*.
3. El discurso privado: el mensaje del graffiti: toda palabra o imagen atrae la mirada del observador y, si es de tipo sexual, es un anclaje más poderoso, porque a todo joven le llama la atención lo tabú, lo prohibido, **lo oculto**. *Quiere saber* (Cfr. Entrevista a los estudiantes).
4. El espacio del graffitero: el hacer es oculto: el que decide dibujar en las salas sanitarias dispone del tiempo y del espacio, los controla, pues puede “calcular” la entrada o no de los otros usuarios y puede “encerrarse” para, **en lo oculto**, graffitear. *Sabe* cómo manipular el espacio.

Precisamente, con el develar de lo oculto, se ha puesto en evidencia la relación de *el querer* y *el saber* de los sujetos interactuantes de esta semiótica espacial emotiva y cognitiva. Otra diferencia es que en los espacios cerrados los referidos usuarios de las salas sanitarias prácticamente realizan una lectura obligada de los graffiti, mientras que en los espacios abiertos los transeúntes tienen mayor libertad para decidir si los leen o no. Por su parte, el graffitero tiene mayor libertad en los espacios cerrados, pues puede llevar a cabo su acción creadora a cualquier hora y de manera espontánea, bajo el amparo que le ofrece la tranquilidad de ese lugar íntimo y oculto, donde dispone del tiempo necesario con el fin de trabajar sin presión y sin el temor de ser atrapado en su hacer. En cambio, el graffitero de la calle realiza su actividad con premura, gran presión y miedo a ser descubierto *in fraganti*, razón por la cual se escuda en las sombras de la noche y se ve obligado a planificar su accionar.

Por cierto, que en tal hacer, predomina más el uso de marcadores en las salas sanitarias, mientras que en los espacios abiertos prevalece el spray. De esa manera, hacen llegar sus mensajes a un destinatario generalmente masculino (en los espacios cerrados), en tanto que en los espacios abiertos hay un mayor equilibrio en cuanto a la relación entre sexos opuestos. Por otro lado, en ambos espacios se aprecia que los hombres son más dados a realizar graffiti que las mujeres, aunque igualmente se observa una tendencia de las muchachas que invaden un hacer, considerado por tradición como masculino (Djukich de Nery y Finol, 1998a).

En lo que respecta a la manera en la cual el público asume el graffiti, su utilidad y al graffitero, se mantuvieron los resultados de las entrevistas aplicadas en años anteriores, en el sentido de que las opiniones serán a favor o en contra, de acuerdo con el respeto y el tipo de mensaje que deje plasmado el destinador en los espacios abiertos o cerrados (Djukich de Nery y Finol, 1998a:6). No obstante, las entrevistas realizadas para el presente estudio revelan una tendencia que coincide con la definición del pintor y escultor catalán Antoni Tapies, en cuanto a que “el graffiti es un arte y el muro es su marco”.

ANEXO A

Ejemplos de graffiti en los baños universitarios

1. “Necesito urgente, un... que sea cabezón, grande que mida 16 cm o lo que es igual a 12,5 dedos de largo, Estoy deseoso de darle una buena..., llevarte al cielo y atraparlo en el infierno. Dejar nota a una semana Aprox”.
Para el 8 de Marzo 2000 a las 11.30 am
OK Si X Cómo te identifico
No _____ Yo soy delgado”
2. “Yo era alguien muy sano y bello, fuerte
Ahora que ~~tengo SIDA~~ yo mismo me repudio”
3. “Necesito un macho para el viernes a la 10 am aquí en este lugar
Viernes 26-01-00
Escribe el día 26-01-00
Estube y no vinistes nunca
Yo bine a la hora acordada, siempre he sido puntual,
deja tu mensaje,
detrás de la puerta hay un mensaje escrito a bolígrafo,
ese es mi escrito
Esperare respuesta 30-01-00”
4. “Busco GAYS para partirles el ... Ay si
pon # Tlf Por que no el tuyo OK 983650 Nestor
(yo te llamo
No joda”
5. “¡NO TE ENREDES! Anuncia aquí, en las ~~páginas~~ paredes
amarillas.
La forma más eficaz de conseguir lo que quieras”.
6. “Denis Soto es gay”

Nota

1. Los autores agradecen el valioso apoyo de la Prof. Raquel Bruzual, para la estructuración de este artículo.

Bibliografía

- ABEL, E. y BUCKLEY, B. 1978. "The Handwritings on the Wall. Toward a Sociology and Psychology of Graffiti" en: **Contributions in Sociology** 27.
- AUGÉ, M. 1996. **Los No Lugares**. Gedisa, España.
- BREMOND, C. 1980. "Comment concevoir un index des motifs" en: **Le Bulletin** 16. E.H.E.S.S. et C.N.R.S., Paris (France).
- COURTÉS, J. 1980. "Le motif, unité narrative et/ou culturelle?" en: **Le Bulletin** 16. E.H.E.S.S. et C.N.R.S., Paris (France).
- DJUKICH de Nery, D. y FINOL, J.E. 1996. "Semiótica del discurso amoroso: El graffiti en la prensa". Actes d'Urbino, Italia.
- DJUKICH de Nery, D. y FINOL, J.E. 1998a. "El Graffiti Urbano o el Placer de la Trans(a)gresión" en: **Heterogénesis**. Anno VII - Nr 25. Suecia.
- DJUKICH de Nery, D. y FINOL, J.E. 1998b. "El Discurso del Graffitero Venezolano y los Temas de su Catarsis" en VIII Jornadas Científicas Nacionales de la Facultad de Ciencias. Universidad del Zulia-Venezuela. Manuscrito.
- ESQUEDA TORRES, L. 2000. Entrevista realizada en el Centro de Investigaciones Psicológicas de la Universidad de los Andes, Mérida.
- FOUCAULT, M. 1966. **Les Mots et les Choses**. Gallimard, Paris.
- GREIMAS, A. y COURTÉS, J. 1979. **Semiotique. Dictionnaire Raisonné de la Théorie du Langage**. Hachette Université, Paris.
- HJELMSLEV, L. 1971. **Prolégomènes a une Théorie du Langage**. Minuit, Paris.
- LANDOWSKI, E. 1997. **Presences de l'Autre. Essais de Socio-semiotique. v.II**. PUF, Paris.
- OTTA, E. 1992. "Graffiti in the 1990s: A study of inscription on Restroom Walls" en **Journal of Social Psychology**. 133(4).
- POSENER, J. 1982. **Spray it Loud**. Routledge & Kegan, London.

REES, N. 1981. **The Graffiti File**. George Allen & Unwin, London.

REISNER, R. & WECHSLER, L. 1974. **Encyclopedia of Graffiti**. MacMillan, New York.

SILVA, A. 1987. **Punto de Vista Ciudadano. Focalización y Puesta en Escena del Graffiti**. Instituto Caro y Cuervo, Bogotá.

www.catalunya.net/esp/expressions/graffiti/welcome.html. 2000.

www.visualorgasm.com. 2000.