

ISSN 0120—5390

Facultad de Comunicación Social

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA



Bucaramanga,
Vol.4 N°. 6
1985

FAC. DE COMUNIC. SOC.	Bucaramanga (Col)	Vol. 4	N°. 6	pp.1—93	Junio 1985	ISSN
-----------------------	-------------------	--------	-------	---------	------------	------



Facultad de Comunicación Social

CORPORACION
UNIVERSITARIA AUTONOMA DE BUCARAMANGA

UNAB



CS00001569

Bucaramanga, Vol. 4 N° 6 - 1985

Tabla de Contenido

PRESENTACION	5
GRAFFITI EN LA UNAB Fernando López Barbosa	7
LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y LA CONCEPCION DEL ESTADO AMPLIADO Javier Esteinou Madrid	29
LA INVESTIGACION Y LA FACULTAD Carlos H. Gómez	39
AUTORIDAD Y ENSEÑANZA Rodrigo Velazco Ortiz	59
SOBRE LA CAUSALIDAD Y LO PROBABLE SEGUN DAVID HUME Blanca Inés Prada Márquez	67

RESERAS

EL CONSUMIDOR EN EPOCA DE RECESION
Teresa del Pilar Niño

JORNADA GEOPOLITICA

GEOPOLITICA ANTROPOLOGICA
Y AREAS DE TENSION MUNDIAL
Diego Peña Hoyos

ESTADISTICAS

COLABORADORES

80

8

9

UNAB

.Rector: Alberto Montoya Puyana
.Decano
Facultad de
Comunicación Social:
Carlos H. Gómez

Comité de Redacción

CARLOS H. GOMEZ MANTILLA
MARIA CLEMENCIA GOMEZ
RODRIGO VELAZCO ORTIZ
DIEGO PEÑA HOYOS

Editada por:

FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL

Periodicidad: Irregular

Formato: 21 mm X 15.5 mm.

Publicaciones UNAB

Calle 48 N° 39-234 - Conmutador 75111-75161
Apartado Aéreo 1642 - Bucaramanga - Colombia S.A.

PORTADA:

Variaciones sobre la letra **H** realizada para la materia Expresión Gráfica por Harold Leiter alumno de la facultad de Comunicación Social

La revista de la Facultad de Comunicación Social de la UNAB, incluye en sus artículos Análisis Literario, Historia, Lingüística, Antropología, Sociología... variedad que refleja el amplio campo de las realidades que deben enfrentarse en una facultad de Comunicación Social. El material de esta publicación, puede ser reproducido sin autorización, siempre que se mencione su procedencia y la Facultad de Comunicación Social de la UNAB, reciba un ejemplar de la publicación. Se invita a las personas interesadas en el campo de la Comunicación a colaborar con esta publicación. Los artículos deben ser enviados al Comité de Redacción.

PRESENTACION

La situación social en Colombia se hace cada día más conflictiva; ante esta circunstancia, la Universidad debe sacudir su estructura y verificar si su andamiaje es concordante con la realidad del conglomerado en el cual está inmersa.

La Universidad ofrece más posibilidades a sus alumnos en la medida en que su ordenamiento sea un reflejo de la sociedad, es decir, es un laboratorio cuya calidad se mide cuando su producto empieza a participar en los procesos de producción y reproducción social.

La realización de procesos de enseñanza-aprendizaje, debe ampliarse su espectro con el objeto de suministrarle a los alumnos mayor información en busca de obtener un más amplio criterio de decisión.

La anterior reflexión sirve para un llamado de alerta ante el papel cada vez más importante que están desempeñando los diferentes medios de comunicación. Las fuerzas vivas; el país político y los grupos de presión se quejan de cómo los medios no cumplen adecuadamente con la función de informar o desinformar, bien sea sobre la tregua y el diálogo nacional, o bien, sobre cómo incide la presión del Fondo Monetario Internacional en la economía del país.

Es indudable que la Universidad está en la obligación de asumir su función en la reproducción y/o transformación de las condiciones sociales. En este momento no puede dejar al libre albedrío su docencia, o ser tan irresponsable que le cie-

re la perspectiva a sus alumnos. Es indispensable rescatar el criterio de universalidad, es imperioso confrontar tesis y buscar alternativas.

La Facultad de Comunicación Social ha tenido en el último año dos valiosas experiencias. En primera instancia la realización de la Primera Jornada Organizacional, que tiene clara vinculación a la especialización en Comunicación Organizacional y donde se expusieron las más diversas concepciones en ese campo del saber. Posteriormente se desarrolló la Primera Jornada Geopolítica que tuvo entre sus conferenciantes a personas tan disímiles como el representante del frente Farabundo Martí de Liberación Nacional, del Salvador y el Comandante de la Quinta Brigada, con sede en esta Ciudad.

La actividad curricular de la Facultad ha mostrado la imperiosa necesidad de vincular personas de fuera de la Universidad a su labor de formación e información.

En esta publicación presentamos dos reseñas de las exposiciones realizadas en las mencionadas jornadas.

El sociólogo Javier Esteinou M., nos envió desde México, un trabajo, cuya remisión nos muestra que la Revista ha rebasado el ámbito nacional y vale la pena expresarse en ella. Este hecho nos obligó a reconsiderar la revista sólo como el reflejo del pensamiento de la Facultad, entendiendo como Facultad el claustro y los alumnos, ella se ha expandido y nos indica que nuestra Facultad está en el amplio mundo que es ancho y frecuentemente ajeno, bien venidos todos los Javieres Esteinou que quieran compartir con nosotros su percepción del vibrar de la humanidad.

DIEGO PEÑA HOYOS

Revista

FERNANDO LOPEZ BARBOSA

Durante el primer semestre académico de 1983 y como trabajo final en la cátedra de Psicología Social, un estudiante de tercer nivel de la Facultad de Comunicación realizó el presente estudio, fruto de cuatro meses de investigación sobre un tema relativamente nuevo en nuestro país y sobre el cual existe disponible muy poca información. Realizado bajo la dirección de la Psicóloga Social Christiane de Puentes.

A continuación publicamos la primera parte del trabajo, en la que se presentan los conceptos y análisis generales de los graffitti, con una pequeña muestra de los mismos. En el próximo número publicaremos la parte final referida al análisis del contenido específico de cada tipo de graffitti, anexando un listado representativo de los cientos de graffitti hallados en los baños de la UNAB en junio de 1983 y un glosario de términos y abreviaturas empleados en ellos.

1. GRAFFITTI

1.1. DEFINICION:

El término graffitti ha servido actualmente para designar los mensajes plasmados en muros y, por extensión, en cualquier elemento que no haya sido destinado socialmente para la emisión de mensajes escritos o icónicos, y que poseen ciertas características específicas.

Dos definiciones enciclopédicas de la palabra grafito aclaran la procedencia del término:

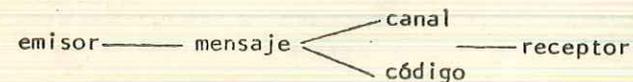
"GRAFITO".m. Pre-hist. Cualquier representación gráfica en forma de grabado, dibujo o pintura trazado por el hombre prehistórico sobre los instrumentos de hueso, marfil, etc., o sobre las paredes de los refugios o cavernas en que vivió." 1

GRAFFITTO m. (pal. ital.; pl. graffitti). Dibujo esgrafiado: los graffitti de Pompeya son del mayor interés para el estudio de las costumbres romanas." 2

1.2. CARACTERISTICAS

Los graffitti tienen ocho características fundamentales:

1. Comunicación: Se presenta en los graffitti el proceso mínimo de comunicación, compuesto por cinco elementos:



Aunque es cierto que no siempre el mensaje llega a un receptor, ello se supone implícito en el proceso. En este sentido se presentan dos clases de graffitti: los que pretenden ser recibidos y los que no lo pretenden. En el primer caso se llevaría a cabo el proceso de comunicación al presentarse un receptor que lo comprenda e incluso puede presentarse una respuesta, feedback, materializada en forma de graffitto. En el segundo caso se

presenta una dicotomía que será analizada más adelante y que consiste en la ejecución de un acto comunicativo que al mismo tiempo no pretende un receptor distinto del mismo emisor. Es decir, en esto último el receptor que más importa, independientemente que otros individuos aprecien el mensaje o no, es el mismo emisor, estableciendo así lo que llamaríamos "comunicación reflexiva". Dentro del aspecto comunicativo de los graffitti está también la decidida intencionalidad del emisor.

2. Subjetividad: Lo expresado en el graffitto refleja opiniones o actitudes del propio emisor explícita o implícitamente, o, por extensión, las ideas de una colectividad con las cuales está identificado el individuo.
3. Oportunidad: La ejecución de los graffitti está condicionada muy directamente por las circunstancias propicias, buscadas o no, de tiempo, espacio y disponibilidad de materiales.
4. "Precariedad"³: La elaboración se caracteriza por materiales de bajo costo y de manejo fácil y rápido.
5. Expresividad: Los graffitti, por estar destinados a la comunicación y por revelar la intención y subjetividad del emisor, son expresivos, ya sea para captar la atención de receptores potenciales o para enviarse un mensaje fiel y expresivo a sí mismo, en el caso de la comunicación reflexiva. La expresividad puede ser intencional o no intencional y está relacionada con el contenido del graffitto particular.
6. "Marginalidad"⁴: Los graffitti van esencialmente en contra de las convenciones sociales. Expresan ideas rechazadas públicamente y son manifestados por un número reducido de emisores.
7. "Anonimato"⁵: Esto se refiere al anonimato del emisor, pues en el graffitto puede aparecer plenamente identificado un individuo al cual se refiere el contenido. Además, si a veces aparece identificado el emisor individual, éste no es el emisor efectivo sino un individuo al cual el verdadero emisor atribuye la ejecución del graffitto.

Por otra parte, en algunos casos el mensaje puede aparecer identificado explícitamente con una organización o grupo, pero nunca con un individuo determinado y señalable, a no ser en el caso anterior. El anonimato es un factor condicionado por la misma característica de los graffitti de manifestarse en sitios prohibidos socialmente para emitir mensajes, por un lado, y por otro lado se debe a la necesidad de ocultar la identificación del emisor de mensajes rechazados en su contenido por una mayoría social. Funciona como protección.

8. Duración indeterminada: Los graffitti permanecen en su sitio dependiendo de la resistencia de los materiales utilizados para su ejecución (que generalmente son muy efímeros) y del control social de los sitios escogidos para elaborarlos, así como de la voluntad de los receptores para borrarlos o modificarlos.

1.3. CLASIFICACION

Los graffitti pueden clasificarse según su finalidad, código y contenido.

De acuerdo a la finalidad o intención, los graffitti podrían clasificarse en: 1) De Feedback: O búsqueda de respuesta materializada en graffitti; 2) Informativos: Que no pretenden otra cosa que hacer llegar un contenido al receptor; 3) Incitadores: Que invitan al receptor a realizar una acción diferente del Feedback; 4) Evacuativos: Que sólo sirven al emisor para desahogar tensiones internas y que corresponden a la comunicación reflexiva.

Según su código, los graffitti pueden clasificarse en:

1. Lingüísticos: Que se expresan a través del lenguaje.
2. Icónicos: Expresados mediante imágenes o dibujos.
3. Lingüístico-Icónicos: En donde el código lingüístico es reforzado por la imagen, o viceversa.

Una tercera clasificación de los graffitti puede establecerse a partir del contenido, aunque este tipo de

clasificación no es susceptible de delimitarse por completo. Así, para el caso específico de los graffitti estudiados en este trabajo, se ha establecido la siguiente clasificación por contenido: A. Sexuales: Cuyo contenido va dirigido hacia la relación puramente sexual o hacia los órganos genitales o zonas erógenas del cuerpo; B. Agresivos: En donde el rechazo, que puede o no ir dirigido explícitamente hacia una persona o grupo de personas determinado, se expresa mediante la degradación del agredido, una amenaza o palabras utilizadas por el grupo social para expresar un fuerte rechazo; C. Políticos: En los cuales se manifiesta el pensamiento político de un grupo específico mediante posiciones de rechazo o aceptación hacia ciertas acciones gubernamentales o de otros grupos políticos nacionales o universitarios, o, simplemente, expresando opiniones políticas propias de un individuo o de un grupo; D. Correctivos: En donde el contenido del mensaje invita a corregir actitudes rechazadas por el emisor, o donde el emisor sólo expresa su rechazo, explícita o tácitamente, hacia ciertas actitudes que van en contra de los valores socialmente establecidos, aunque también algunos de estos graffitti correctivos pueden simplemente invitar a mejorar de algún modo la vida del receptor potencial; E. De Amor: El mensaje expresa el sentimiento de amor del emisor, no manifestándose el deseo sexual; F. Religiosos: El contenido del mensaje deja ver el pensamiento religioso de un individuo o de un grupo; G. Humorístico: Los que aparecen con el único propósito de hacer reír; H. Declarativos: En donde el emisor precisamente declara un sentimiento o cuyo contenido responde a un prejuicio o a un estado depresivo; I. Contenido reflexivo Indescifrable: Aquellos Graffitti donde el contenido sólo es conocido por el emisor o, por lo menos, donde la interpretación que dé el receptor al graffitto muy difícilmente puede coincidir con la idea del emisor.

Respecto a las clasificaciones por finalidad y por contenido, es preciso dejar en claro que algunos graffitti pueden presentar dos o más fines o contenidos simultáneamente.

1.4. CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA FORMA.

Principalmente debido a las características de oportuni-

dad, subjetividad y precariedad, la variación en cuanto a forma que presentan los graffitti, dentro de su codificación lingüística e icónica, es impredecible.

Los graffitti aparecen sobre cualquier superficie que permita su impresión y son elaborados con cualquier tipo de materiales. Así, en los baños de la UNAB los graffitti han sido plasmados sobre los muros estucados y con enchape esmaltado, así como sobre la parte posterior de las puertas. Generalmente, aunque no siempre, los graffitti han sido impresos a la altura de la cabeza del emisor en posición sedente o de pie.

En relación con los materiales, se han empleado lápices, lapiceros, marcadores, pintura en aerosol, tizas, crayones, lápices cosméticos y objetos punzantes que permiten raspar algunas superficies. Los colores son muy variados pero predominan el negro, el azul y el rojo,

Y Pinturas, Desaltadora.
En cuanto al tamaño, el material utilizado no guarda siempre relación con las dimensiones del graffitto, como podría pensarse, pues tanto materiales gruesos como finos son utilizados para graffitti grandes y pequeños invariablemente.

Ahora bien, al observar la dirección de los graffitti se aprecia que no todos, aunque sí la mayor parte, se elaboran en posición horizontal. También se hallaron graffitti verticales y oblicuos, estos últimos inclinados casi siempre a la izquierda debido a patrones visuales generalizados para las personas derechas. Los textos verticales y oblicuos han sido escritos de este modo por alguna de estas tres razones: 1) Puede ser más cómodo para el emisor, si éste está en posición sedente; 2) El emisor puede estar acostumbrado a escribir oblicua o verticalmente; 3) El emisor puede tener la intención de plasmar el mensaje en dirección vertical u oblicua para llamar la atención, en el sentido de hacer al receptor inclinar la cabeza para leer con dificultad, lo cual implica un esfuerzo y produce impacto al salirse de lo normal.

Con referencia a los graffitti verticales, éstos se encontraron de tres maneras: 1) Escritos de abajo hacia arriba, de modo que el receptor debe inclinar la cabeza hacia la izquierda para captarlos. 2) De arriba hacia abajo, colocando letra por letra separadamen-

te y cada una de ellas en posición horizontal, haciendo que el receptor oriente su mirada de arriba hacia abajo para leerlos. 3) También se presentaron graffitti de este segundo tipo pero oblicuos, de manera que el receptor, además de leerlos de arriba a abajo, debe inclinar su cabeza hacia la izquierda.

Por último, en relación con la forma de los mensajes puramente lingüísticos, se puede decir que la mayoría aparecen en prosa, aunque hay algunos en verso. Estos últimos generalmente aparecen con intencionalidad o contenido humorístico.

1.5. COMPONENTES DEL GRAFFITTO COMO ACTO COMUNICATIVO.

Entre las características del graffitto se resaltó como primera la comunicación pues, ante todo, los graffitti son actos comunicativos.

Todo acto comunicativo tiene cinco componentes esenciales: Emisor, mensaje, código, canal y receptor. El emisor en los graffitti expresa un mensaje a nombre propio o en nombre de una colectividad, pero siempre el mensaje es una idea con la cual se identifica el emisor. El graffitto es subjetivo. Puede haber dos tipos de emisor: El que decididamente ejecuta el graffitto por motivación inicial propia, y aquel que toma la decisión de plasmarlo al observar los demás graffitti expresados con anterioridad, realizando un acto imitativo.

Los mensajes emitidos a través de los graffitti varían en su contenido y finalidad, pero siempre el graffitto es un mensaje. Con el mensaje se relaciona recíprocamente la intencionalidad que el emisor tiene al realizar el acto comunicativo.

El código utilizado para transmitir el mensaje puede ser lingüístico o icónico, pero es preciso diferenciar en el código lingüístico la lengua utilizada (el español o el inglés), de algunas palabras de jerga que no están codificadas en el lenguaje español y que han sido creadas por un grupo marginal de personas. Esa jerga expresada por los estudiantes en los graffitti se supone conocida por todo el cúmulo estudiantil de la UNAB.

Por último, en los graffitti el receptor es indeterminado y ocasional. El receptor es cualquier individuo que entra en los baños; la recepción del mensaje tiene que ver unas veces con la intención de recibir y otras con la ubicación del graffitto.

2. GRAFFITTI EN LOS BAÑOS

2.1. EL AMBIENTE

El ambiente de los baños propicia la soledad, el apartarse del grupo. Es una oportunidad especial para reflexionar que da la sociedad al individuo y que responde a la institucionalización de los baños como sitios privados en nuestra sociedad occidental (al baño se le llama "reservado" en algunas regiones). Pero, al ser el baño un sitio donde la persona se aparta del grupo, al mismo tiempo da oportunidad al individuo para desconectarse de la, llamada por Marcuse, "desublimación represiva". Esta desublimación represiva "se manifiesta a sí misma en todos los múltiples aspectos de las formas de diversión, de descanso, y está acompañada por los métodos de destrucción de la vida privada, el desprecio por la forma, la incapacidad para tolerar el silencio, la orgullosa exhibición de la crudeza y la brutalidad",⁶

En el baño, el individuo se desliga momentáneamente de todos estos mecanismos establecidos por el grupo social para debilitar la energía erótica y que hacen que el principio de la realidad se extienda sobre Eros. Así, el baño se constituye en el sitio perfecto para desarrollar mecanismos defensivos contra esa represión. Los pensamientos reprimidos resurgen, el ello puede superponerse al yo, el principio de la realidad echa atrás. El silencio y la soledad, eludidos siempre por la sociedad, propician este hecho. La privacidad del baño es lo que hace que allí surjan, en la mayoría de los casos, la masturbación y las fantasías sexuales, así como también muchos planes y reflexiones profundas. El acto de defecar permite el trabajo de la mente, el pensamiento y la emoción desencadenados.

Pero esencialmente, el ambiente del baño echa atrás la represión cuya esencia, según Freud, "consiste exclusivamente en rechazar y mantener alejados de lo consciente a determinados elementos"⁷. En el baño se satisface una necesidad reprimida socialmente. Desde la infancia, el superyo ha asumido el control de los esfínteres y el baño es el lugar en donde este control se elimina por un instante. Consecuentemente, el superyo puede perder su poder. Además, en el baño se demora uno todo el tiempo que quiera. Se abre el pensamiento y la imaginación y con ello el tiempo y el espacio. Uno es idealmente omnipotente allí. Se está solo, sin tener nada que ver con nada (realmente), excepto con el mero acto evacuativo, y pudiendo tener que ver con todo, hacer de todo lo prohibido más allá de lo posible (imaginativamente). Estos lugares privados, cerrados, presentan una ambigüedad de encierro-libertad que se relaciona con la exteriorización o liberación de un conflicto interno a través del graffitto.

Por otra parte, el mismo hecho de ejecutar un graffitto puede ser emocionante: realizar un acto censurado socialmente, incluso a veces hasta en el contenido del mensaje, (exceptuando algunos graffitti correctivos, religiosos y de amor), teniendo absoluta certeza de impunidad segura. En este sentido, la libertad que proporciona el baño es valiosa para la carga expresiva de los graffitti. Aquí no existe el temor ni la rapidez condicionada que se dan en los graffitti de los lugares abiertos, en donde ni si quiera la angustia interior puede expresarse en la dimensión exacta de esa angustia, debido al contrapuesto temor a ser reprendido. Igualmente, en los sitios abiertos públicos la agresividad y el sexo (exceptuando condiciones de soledad propicias) son bioqueados y no se puede asegurar, como de hecho se tiene certeza en los graffitti de los baños, que el sentimiento haya sido expresado fielmente.

De otro lado, el baño es un lugar donde el hombre civilizado se aproxima a su naturaleza imperfecta, sucia, animal. Toda idealización del hombre se elimina en el baño. El individuo entra en estrecho contacto con su naturaleza putrefacta, con su inevitable vínculo salvaje, con lo irracional, lo instintivo. Esto puede permitir un alejamiento de las convenciones sociales, de los logros de la cultura y de la civilización (depende, claro está, de la estructura mental y del grado de desarrollo

de la personalidad). Si embargo, este acercamiento a lo imperfecto puede inducir en algunos casos un deseo de superación de ese vínculo con lo instintivo.

El baño público estaría entonces destinado a evacuar heces e ideas. Las heces son efímeras, las ideas también; pues, aunque los graffitti quedan, pueden ser borrados o modificados. Las heces son desechos inservibles y las ideas expresadas en los graffitti también: sólo el hecho de evacuarlas es funcional y útil, como el hecho de defecar.

2.2. LAS CAUSAS PSICOLÓGICAS GENERALES

Con referencia a los impulsos que pueden llevar a la ejecución de los graffitti, Kinsey opina que la actividad artística (y yo la asocio con los graffitti en el factor de expresividad) no es un sustituto del sexo sino que se añade a él.⁸ De acuerdo a esto el graffitto puede aproximarse a la necesidad de perpetuación del deseo, a su eternización y reafirmación y puede aplicarse a los graffitti sexuales, agresivos, correctivos, de amor y religiosos, especialmente. Respondería a una necesidad de hacerlo perdurable al materializarlo y en algunos casos de hacer más tangible su existencia ante sí mismo, deleitándose al reafirmar una conducta o deseo que sólo depende de sí mismo, una decisión tomada libremente, en la que nadie intervino.

Por contraposición, los freudianos dicen que el proceso psicodinámico de la sublimación aporta una vía de escape al impulso sexual (y yo agregaría los impulsos agresivos y de expresión del pensamiento reprimido socialmente, político, correctivo o declarativo) diferente del escape fisiológico, o de la relación persona a persona.⁹

Algunos graffitti cumplirían la finalidad de desahogo, es decir, de exteriorización en alguna forma de lo que no se puede manifestar frente a otros.

En este sitio podemos buscar una explicación para los dibujos de órganos sexuales, consultando el esquema de instinto de contemplación dado por Freud.

- a. Contemplar un órgano sexual = ser contemplado el órgano sexual propio (placer visual|autoerótico)

- b. Contemplar un objeto ajeno (placer visual activo)
- c. Ser contemplado el objeto propio por persona ajena (Exhibicionismo)"10.

Así, al caso del graffitto 1, correspondería el punto a) del esquema, al presentarse la aprehensión del pene por la mano: posesión y placer visual autoerótico trascendidos en el graffitto. En los graffitti 2 y 3, se aplicaría el punto b, al querer representar en un icono el órgano ajeno que se desea contemplar. En este lugar, dichas imágenes pueden considerarse como fetiches, atendiendo a lo dicho por Hans Giese: "Un fetiche no supone forzosamente anonimato. Puede funcionar como parte constitutiva de la persona amada".11. Y en los graffitti 4 y 5 (éste reforzado con palabra), el deseo correspondería a querer que el órgano propio sea contemplado por persona ajena (punto c). Este último caso también podría explicarse por la característica machista de nuestra sociedad, queriendo representar en el pene el símbolo de la virilidad tan valorada.

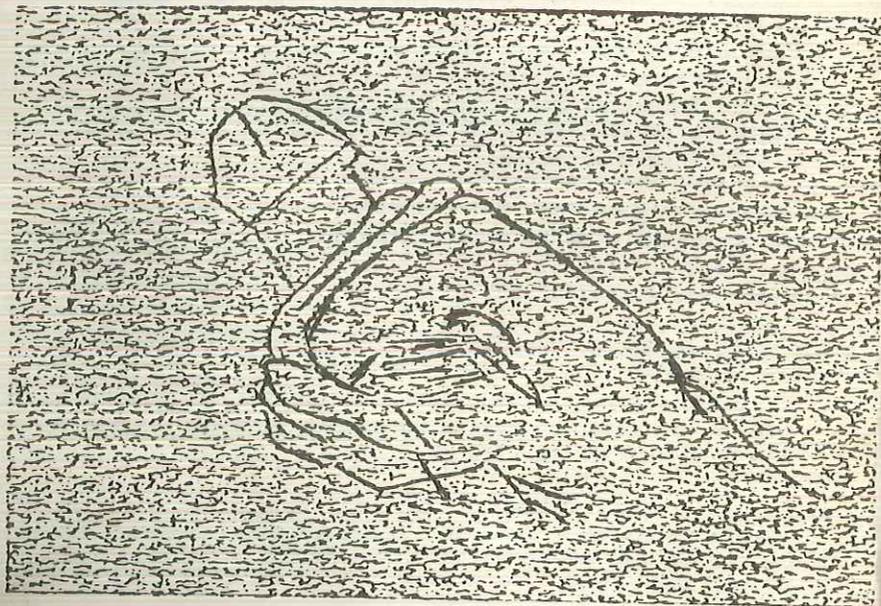


Foto 1

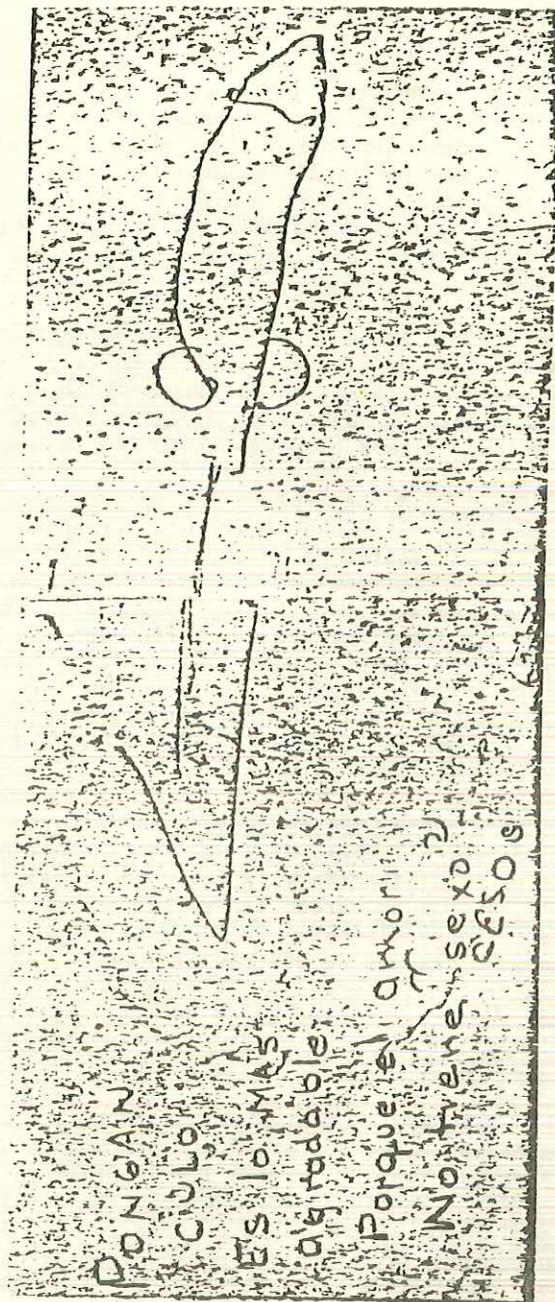


Foto 2

Ahora, con respecto a lo consciente y lo inconsciente, podría postularse que la ejecución del graffitto proviene de un acto consciente pero que la estructuración del contenido y la forma del mensaje pueden revelar de algún modo representaciones inconscientes del individuo. Realmente puede ser factible que se revelen a través del graffitto características profundas de la personalidad, cuestión que la grafología ha intentado establecer a través de las particularidades de la escritura de los individuos.

Ampliaremos ahora la explicación de los graffitti con el concepto de actitudes. Si se toma la definición de actitud propuesta por Munne como "Conjunto de creencias, sentimientos y tendencias de un individuo que dan lugar a un determinado comportamiento"¹², se puede llegar a aclarar más el fenómeno graffitti. Siguiendo esta definición, F. Munne explica los tres componentes de la actitud así: 1) Cognoscitivo: "creencias, valores y estereotipos acerca de un objeto"; 2) Afectivo: "Sentimientos y emociones que acompañan, en mayor o menor grado, a toda actitud"; 3) Tendencial: "tendencia a actuar o a reaccionar de un cierto modo con respecto al objeto"¹³. Esto da mucha luz sobre la causalidad de los graffitti, teniendo en cuenta que la formación de actitudes depende de la información recibida, del grupo social con el cual se ha identificado el individuo y de las propias necesidades personales.

De otra parte, con respecto a la relación entre impulso y motivo, Klineberg dice que conceptualmente puede hacerse la distinción y la relación de causalidad entre los dos, aunque no parece ser válida en la conducta real.¹⁴ Pero, indudablemente, se presente el objeto motivante antes o después de aflorar el impulso, es claro que para manifestar la conducta motivada debe existir un impulso más o menos intenso, y, en general, el impulso que podría llamarse latente no busca un motivo para desencadenarse sino que depende de la presentación imprevista del motivo para manifestarse. y esto podría explicar los graffitti ejecutados por el estímulo de la lectura de otros, es decir, todos los graffitti ejecutados a continuación de otros (ver fotografía 2 y al final la selección de graffitti continuados, señalados con el signo /). De igual modo, el impulso que surge de modo intenso e incontenible busca decididamente el motivo para descargarse. De acuerdo a lo anterior, diríamos que ciertos im-

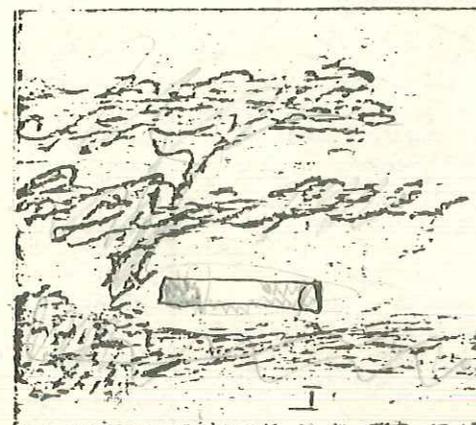


Foto 3

pulsos, que pueden tener origen en la represión y en la frustración, surgen de modo incontenible y se canalizan hacia la ejecución de cierto tipo de actitudes, dentro de las cuales entraría el graffitto, pero también podría decirse que los impulsos latentes encuentran vías de escape en circunstancias que de algún modo les son propicias y dentro de las cuales estarían los estímulos que provocan la imitación de actitudes, dependiendo de la motivación interior. Por supuesto, la imitación, de acuerdo con Freeman, sólo ocurre según el grado en que el acto imitado posea significado e importancia funcional para el ejecutante y sólo hasta el punto que éste desee imitar.¹⁵

Otros dos factores que determinan la elaboración de graffitti son la percepción y la proyección. Siguiendo la explicación que de estos factores hace G. Del Hierro,¹⁶ la naturaleza humana está condicionada a responder ante lo comprensible con la formación de ideas, lo cual depende del proceso selectivo de los datos sensoriales, de la actividad y de la estructura psíquica del individuo. La organización sensorial tiene, además, un significado. Si la percepción organiza la estructura mental del individuo, también sirve de base para actuar; es el conducto de unión entre lo interior y lo exterior. Es importante

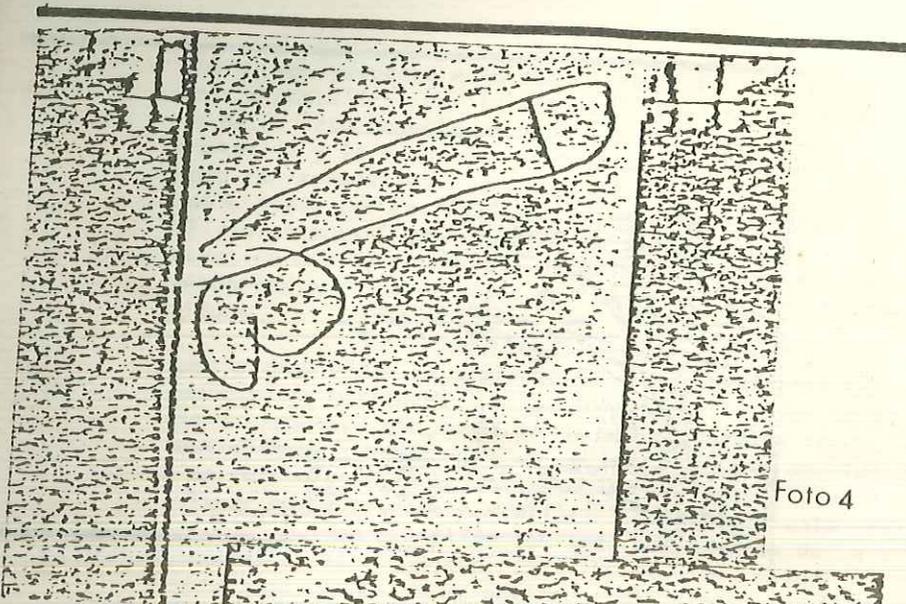


Foto 4



Foto 5

destacar el hecho de que la sola percepción del mundo externo establece una relación significativa con lo observado. Binswanger categoriza la experiencia del mundo en tres aspectos: 1). Mundo de la interrelaciones con los demás seres humanos; 2). Mundo biológico o ambiente: tendencias, necesidades, instintos; 3). Mundo propio o interior. El percibir recíprocamente de estos tres modos hace que el individuo encuentre significación en el mundo, de modo que el ser social estaría expresando a través de ellos su manera de percibir el mundo interno y externo y lo que éste significa para él. En este aspecto están incluidos los prejuicios que algunos graffitti manifiestan.

Por otra parte, un mecanismo de defensa del yo, la proyección, también es característico de los graffitti. La proyección se presenta de dos modos: como la expresión del estado de ánimo de la persona en su relación con otros seres humanos o con cosas que provoque la proyección (caso de los graffitti agresivo, sexuales, de amor, y algunos políticos y humorísticos), o como la expresión de la propia personalidad a través de comportamientos (como los graffitti en general) especialmente ante una situación inorganizada. Se puede decir que el ejecutante de graffitti se encuentra siempre ante una situación cualquiera de desequilibrio de su energía psíquica, provocada por estímulos que provienen de sus percepciones y relaciones con el mundo interno y externo, y esto condiciona su proyección.

Freud deriva de las percepciones de origen externo el principio de la realidad, y de las percepciones internas el principio del placer. El individuo estaría, al ejecutar un graffitto, conectando estos dos principios. Algunos casos de graffitti agresivos proyectan lo que causa displacer interiormente sobre el mundo exterior (p. ej. las agresiones a profesores, debidas indudablemente a deficiencias académicas atribuidas sus causas a los maestros y no a los errores propios).

La intensidad de la tensión interna proyectada puede analizarse en los mensajes reteñidos, en las letras o imágenes grandes, en los mensajes de colores fuertes o elaborados con materiales gruesos y en los mensajes de frases muy extensas y de palabras fuertemente expresivas. Del mismo modo, la intensidad de la depresión, que se presenta en algunos graffitti, se aprecia en el tamaño

reducido del mensaje o en el uso de materiales finos, así como también, en ciertos casos, en la ubicación apañada y a veces escondida de estos graffitti depresivos.

Otro factor que condiciona la aparición de graffitti es la disonancia cognitiva, la cual se presenta al encontrar una contradicción con cualquier aspecto de la realidad, generando una fuerte tensión psíquica en el sujeto. Ante este malestar, el individuo se siente motivado a reprimirla o reducirla mediante tres alternativas:

"-Modificar la realidad.

-Modificar las propias opiniones (justificarlas)

-Introducir nuevos elementos cognitivos en la situación.17"

Los graffitti, en general, aparecen por la imposibilidad de solucionar la disonancia cognitiva mediante el primer método. La utilización de las dos últimas alternativas se evidencia especialmente en muchos graffitti sexuales y agresivos.

Por último, en esta explicación general de los motivos de los graffitti, es importante el concepto de socialización, que se concentra en la infancia y en la primera juventud, pero que continúa en la edad adulta.

Gerhart D. Wiebel¹⁸ explica el proceso de socialización en el niño como tres tipos de conducta interdependientes. La primera, llamada directiva, incluye el aprendizaje y el perfeccionamiento en la dirección de las conductas prescritas. La segunda, protectiva, incluye las conductas relativamente estables, aceptables, en el nivel de socialización logrado. La tercera, restaurativa, abarca las expresiones de represalia e indemnización que permiten liberar las hostilidades que nacen hacia las limitaciones de la vida organizada.

Los graffitti se constituyen, de acuerdo a lo anterior, como mecanismos restaurativos que permiten un escape a la socialización impuesta, dado que este proceso continúa en la vida adulta.

Wiebe dice también que los métodos restaurativos pueden

cumplir además la función de eludir el peligro de una prueba abierta de poder frente a las figuras de autoridad establecidas, de tal modo que el mecanismo restaurativo (que incluiría los graffitti como una de sus modalidades) absorbe la renuencia a encarar al otro. Esto lo podemos ver en los graffitti agresivos, especialmente, y podría interpretarse como una vuelta a la postura primaria infantil, observada por Piaget, en la cual el estímulo, una vez fuera de la visión, deja de existir; donde las cosas son efímeras. Entonces, debido a que la realidad está constituida por personas y acontecimientos que sí resisten y reaccionan, en los graffitti, que en este sentido funcionan como mero desahogo, el individuo encuentra una relación unilateral que puede satisfacerle completamente sin el peligro de una posible restricción ejercida por otro.

Sobre la citada observación de Piaget, podría compararse cierta clase de graffitti con la conducta del niño de pocos meses en el sentido de creer que el objeto que ha desaparecido de su vista ya no existe realmente. Es decir, es posible que el graffitto sirva a veces para materializar el problema interno, exteriorizarlo y, por consiguiente, descargarlo y eliminarlo. El emisor, al salir del baño, se habría librado de dos "objetos" molestos: las heces y el problema psíquico materializado ya en el graffitto. Por tanto, el conflicto, asociado con los deshechos que se han ido por las tuberías, ya no existiría para el individuo.

Pero, por contraposición a la tesis anterior (que se relaciona con la de los freudianos acerca de la sublimación) está la aplicación hecha más atrás a los graffitti de la teoría de Kinsey, en donde la actividad plástica expresiva no sería un sustituto del escape fisiológico, sino que se añadiría a él, acrecentando el deseo y reafirmando. Son dos tesis opuestas que, sin embargo, se complementan y se aplican a casos diversos.

ANEXO. GRAFFITTI CONTINUADOS (MUESTRA)

SEXUALES

- Humberto lo pone/ rojo a patadas
- "Yo pongo culo" / yo también/ Tel: 27328
- Por la liberación / ponga culo
- N.N. es puta/ su madre H.P.

AGRESIVOS

- N.N. / N.N. es un cotreijueputa además de marica/
qué / h/ ortografía
- Galanistas no ven que López será el presidente de Cbia?/
Parranda de hijueputas / Quedaron mamando / Parrandas de
H.P. / H.P. Ladrón López H.P. Ladrón López
- Fuera los tñteres como N.N. , N.N. Y N.N. / y N.N.

POLITICOS

- M-19 Jaime Bateman estuvo aquí 6-12-82 (firma)
/ yo también estuve aquí
- M-19 presente / ¡Bravo! los apoyamos
- Fuera Reagan M-19 / No al M-19 Viva B.B. / La amnistía
no es la paz M-19 / No queremos revolución Fuera el M-19

NOTA: Se han reemplazado los nombres verdaderos por la abreviatura N.N. El resto se ha copiado textual.

ANEXO 1. NOTAS.

¹ Diccionario Enciclopédico U.T.E.H.A. Tomo V. México, Imp. y Lit. Azteca, 1968.

² Nuevo Pequeño Larousse Ilustrado, Diccionario Enciclopédico. París, Librería Larousse, 1960.

³ SILVA, Armando. Conferencia sobre Graffiti. Bogotá, Universidad Nacional, mayo 4 de 1983.

⁴ Ibíd

⁵ Ibíd. Armando Silva enuncia seis elementos característicos de los graffiti, de los cuales sólo se han tomado tres. Los demás ("espontaneidad", "escenicidad", y "Velocidad"), han sido eliminados por considerar que no se ajustan a las causas reales. En lugar de "espontaneidad" está la "oportunidad", pues hay graffiti plenamente premeditados, tanto en su contenido como en su vía de expresión. La "escenicidad", que Silva describe como el resultado de una ejecución que pretende causar impacto, que es teatral y que responde a un imperativo estético, se ha reemplazado por la "expresividad", pues, p.ej., los graffiti reflexivos no pretenden causar impacto, al menos conscientemente, y porque es más acertado analizar el graffiti como algo expresivo y no estético, pues este último término implica unas características y un proceso complejo que no se dan en este tipo de expresiones, por no ser artísticas. Con esto no quiero decir que no haya graffiti con marcada "escenicidad", que sí los hay y muchos, y tampoco que no haya artistas que no hayan tratado este tema (Antoni Tápies, por ejemplo), sólo que ese es otro asunto. Y respecto a la "velocidad", sólo puede aplicarse a los graffiti elaborados en sitios abiertos y públicos, en donde la necesidad de seguridad lo requiere. No es característica general.

⁶ MARCUSE, Herbert. Eros y Civilización. Barcelona, Edit. Ariel, S.A., 1981.

*⁷ FREUD, Sigmund. El Malestar en la Cultura. Madrid, Alianza Editorial, S.A., 1980.

⁸ KLINEBERG, Otto. Psicología Social. México, Fondo de Cultura Económica, 1963.

⁹ ibíd

¹⁰ FREUD, op.cit.

¹¹ GIESE, Hans, et al. Psicopatología de la Sexualidad. Madrid, Ed. Morata, 1963.

¹² MUNNE, Frederic. Psicología Social. Barcelona, Ediciones CEAC, S.A., 1982.

¹³ ibíd

¹⁴ KLINEBERG, op.cit.

¹⁵ ibíd

¹⁶ DEL HIERRO, G. Proyección y Percepción en Psicología Dinámica.

¹⁷ MUNNE, op.cit.

¹⁸ LAZARFELD, PAUL WIEBE, Gerhart D., et al. La Comunicación de masas. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, S.A., 1977.