

# Glosario de términos para la encuesta general sobre manifestaciones de *graffiti*, acciones vandálicas y publicidad

Salvador Guillén Jiménez,\* Yareli Jáidar Benavides\*\* y Ana Lizeth Mata Delgado\*\*\*

\*Coordinación Nacional de Conservación del Patrimonio Cultural  
Instituto Nacional de Antropología e Historia

\*\*Instituto de Investigaciones Estéticas  
Universidad Nacional Autónoma de México

\*\*\*Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía “Manuel del Castillo Negrete”  
Instituto Nacional de Antropología e Historia

## Sobre el proyecto y la encuesta

El *graffiti*, arte urbano y la publicidad son expresiones actuales que conviven con el patrimonio cultural de México en sus diferentes regiones. Las causas que las originan, así como las maneras y materiales usados en su elaboración son variados, es dinámico y constante. Por lo anterior, los restauradores del Instituto, comúnmente se enfrentan a la necesidad de identificar cada una y, así, definir la manera de aproximación en diversas líneas de atención, lo cual impacta su quehacer cotidiano. Aunque se ha acumulado experiencia en distintas regiones para la atención de casos particulares, es necesario conocer cuáles son los más frecuentes a los que se enfrenta la institución, sus características y qué acciones se han instrumentado mayoritariamente. Eso ayudará a identificar los aciertos, desaciertos y retos a largo plazo, bajo la consideración de que el *graffiti* seguirá presente en sitios patrimoniales por distintas razones, cada una de las cuales merece un análisis profundo e independiente.

Por lo anterior, se planteó un proyecto enfocado a la investigación de ese tipo de expresiones en patrimonio cultural. Uno de sus objetivos, como se mencionó arriba, es iniciar con la recuperación de información y antecedentes, por lo que se creó una encuesta, dirigida inicialmente a restauradores que laboran en el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). A dicha encuesta se adjuntó el presente glosario como apoyo para contestar las preguntas planteadas.

Los conceptos se agrupan en seis secciones: 1. Manifestaciones urbanas, 2. Tipo de bienes con los que se trabaja, 3. Posible causa de las manifestaciones, 4. Forma de ejecución de las manifestaciones, 5. Acciones de conservación instrumentadas y 6. Estrategias de investigación y trabajo social.



## 1. Manifestaciones urbanas

Para los fines de la encuesta, se propusieron tres definiciones para la clasificación de las manifestaciones urbanas: *graffiti*, arte urbano y publicidad. No obstante, la línea que las separa, en algunos casos es muy tenue y se reconoce que se comparten características, por lo que la presente división es únicamente con fines de investigación. El término *graffiti* se ha empleado de manera indistinta para agrupar diversas expresiones que inciden en el patrimonio cultural, sin embargo, tienen orígenes y características diferentes. A continuación, se presenta cada una de esas definiciones con una imagen que las ilustra.

### *Graffiti*

Expresiones asociadas directamente a la calle y espacios públicos, generalmente surgidas de forma ilegal, que buscan la transmisión de un mensaje a un receptor general o dirigidas a grupos específicos. Hacen uso primordialmente del aerosol, tintas e incisiones, pero se pueden encontrar asociados otros elementos como *stickers*. Dentro de este grupo de expresiones podemos encontrar el *graffiti* político, derivado de actos de protesta en espacios públicos, también, aquellas expresiones asociadas a firmas y mensajes dirigidos a grupos específicos o *crew* (*graffiti* de firma) e inclusive los casos en los que no exista una razón aparente y sean producto del ocio.



Figura 1. *Graffiti* en pedestal de paseo de Reforma.  
Imagen: © Tomás Meraz, 2016.

### *Arte urbano*

Término derivado del *street art*, hace referencia al arte de la calle, el cual engloba diferentes expresiones que, aunque comparten características con el *graffiti*, se puede observar una mayor intencionalidad artística en su realización asociada a la transmisión de un mensaje, mayor complejidad en la composición y un uso más extenso de recursos plásticos. Su origen puede ser legal o ilegal.



Figura 2. Centro histórico de Oaxaca, grupo Piztola. Imagen: ©Yareli Jáidar, 2016.

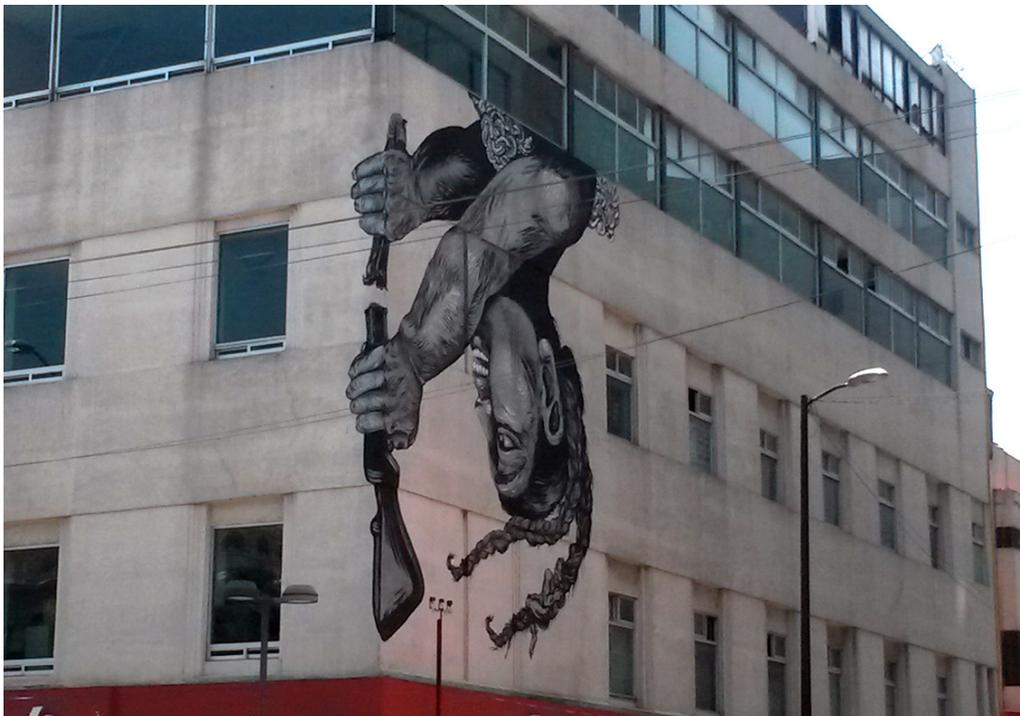


Figura 3. Centro histórico Ciudad de México, Alameda Central. Imagen: ©Yareli Jáidar, 2015.



### *Publicidad*

Se entiende por publicidad como todas aquellas manifestaciones pictóricas enfocadas a la difusión de eventos de entretenimiento y políticos. Cabe señalar que se consideran en inicio aquellas que están pintadas o colocadas (papel, pósters o *stickers*) principalmente sobre muros.



Figura 4. Publicidad y arte urbano, en el eje 10 de la Ciudad de México. Imagen: ©Yareli Jáidar, 2016.

## 2. Tipo de bienes con los que se trabaja

### *Patrimonio arqueológico y prehistórico*

Se refiere a los bienes muebles, muebles adosados a los inmuebles e inmuebles, producto de culturas anteriores al establecimiento de la cultura hispánica en el territorio nacional, así como los restos humanos, de la flora y de la fauna, relacionados con esas culturas, incluyendo los vestigios o restos fósiles de seres orgánicos que habitaron el territorio nacional en épocas pretéritas de acuerdo con lo establecido en la *Ley Federal de Zonas y Monumentos Arqueológicos, Artísticos e Históricos* en sus artículos 28 y 28 bis.

### *Patrimonio histórico*

Son los bienes vinculados con la historia de la nación a partir del establecimiento de la cultura hispánica en el país, en los términos de la declaratoria respectiva o por determinación de la ley. Por determinación de *Ley Federal de Zonas y Monumentos Arqueológicos, Artísticos e Históricos*, en sus artículos 35 y 36, corresponden a los inmuebles construidos en los siglos XVI



al XIX, destinados a templos y sus anexos; arzobispados, obispados y casas curales; seminarios, conventos o cualesquiera otros dedicados a la administración, divulgación, enseñanza o práctica de un culto religioso; así como a la educación y a la enseñanza, a fines asistenciales o benéficos; al servicio y ornato públicos y al uso de las autoridades civiles y militares. Los muebles que se encuentren o se hayan encontrado en dichos inmuebles y las obras civiles relevantes de carácter privado efectuadas de los siglos XVI al XIX inclusive.

### **3. Posible causa de las manifestaciones**

#### ***Expresión, marcha o manifestación***

Acciones públicas vinculadas a la libre expresión de ideas, posturas y protestas ante una situación particular, inmersas en un contexto social determinado y vinculadas, por lo general, con hechos políticos.

#### ***Marca de territorio***

Marcas vinculadas al *graffiti* de carácter ilegal que tienen por objetivo delimitar territorios en los que actúa un grupo o persona determinados, no es un mensaje dirigido a la población en general sino un diálogo entre grupos o personas relacionadas con la producción de *graffiti*.

#### ***Producción artística***

Aquellas obras que se crean con la intención de concretar una idea o concepto de carácter artístico, con una significación en lo que lo estético juega un papel fundamental y se asocian al llamado arte urbano. Pueden ser ilegales o legales (derivadas de festivales, comisiones, etcétera).

#### ***Publicidad***

Se entiende por publicidad a todas aquellas manifestaciones pictóricas enfocadas a difusión de eventos de entretenimiento y políticos. Cabe señalar que se consideran en inicio aquellas que están pintadas o colocadas sobre todo en muros (papel, pósters o *stickers*).

#### ***Ocio***

Aquellas manifestaciones que surgen como diversión o son producto del uso del tiempo libre de forma negativa y que genera un daño en un bien específico. La intención es diversa y en ocasiones carece de significado.

### **4. Forma de ejecución de las diversas expresiones**

#### ***Incisión***

Por lo general se usa una herramienta punzocortante mediante la cual se retira material a fin de generar formas específicas. La incisión llega por lo general hasta el sustrato.

#### ***Lápiz, crayola o plumón***

Se utilizan elementos de escritura o dibujo sobre las superficies.

#### ***Uso de aerosol o pintura***

Se aplica pintura en aerosol o con distintas herramientas.

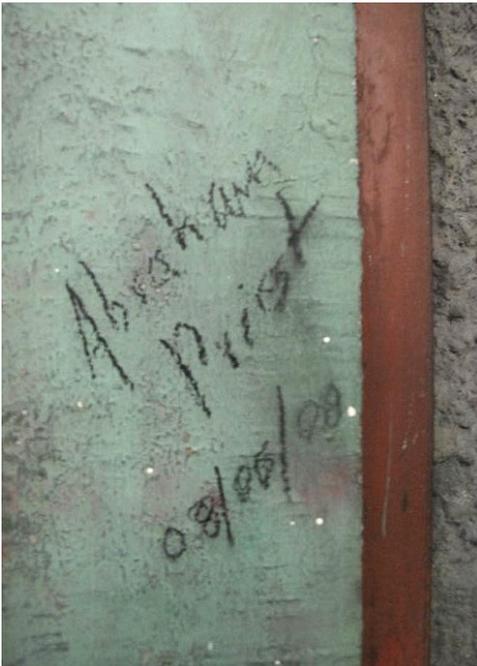
#### ***Por uso de estampas, etiquetas y viniles***

Se adhieren en diferentes superficies.





Figura 5. Detalle de incisiones al interior de la Cueva de la Olla, Chihuahua, ©Salvador Guillén Jiménez, 2011.



Figuras 6 y 7. Expresiones elaboradas con crayola y lápiz. Imágenes: ©Ana Lizeth Mata Delgado, 2011.



Figura 8. Expresiones con aerosol.  
Imagen: ©Ana Lizeth Mata Delgado, 2018.



Figuras 9 y 10. Manifestaciones con estampas y etiquetas. Imágenes: ©Ana Lizeth Mata Delgado, 2018 y 2019.



## 5. Acciones de conservación instrumentadas

La completa remoción de *graffiti* sobre el patrimonio cultural es un problema delicado debido a la porosidad de los sustratos así como la heterogeneidad del soporte. En el caso de las pinturas o aerosoles, la situación se agrava debido a la pérdida drástica de solubilidad de los materiales, lo que dificulta su eliminación por medio del uso de disolventes puros o las mezclas convencionales de los mismos. Es posible también que, al intentar removerlos, se genere la redistribución de los residuos de pintura al interior de los poros del sustrato.

Han sido varias las técnicas que se han empleado para la remoción de esas manifestaciones. A continuación, se explican de forma breve cada una de ellas:

### *Uso de disolventes orgánicos*

Se emplean para dispersar los aerosoles o pinturas. Una de sus ventajas es que, dependiendo de su volatilidad no penetran tanto en sustratos, lo cual ayuda a evitar manchas en algunos casos. Para mayor control, se pueden aplicar en sistemas gelificados o con arcillas (aunque la desventaja de éstas es que se limita la visibilidad).

Uno de los métodos usados para la remoción de pinturas y aerosoles es el uso de compresas o papetas compuestas por diferentes tipos de materiales absorbentes (materiales celulósicos, por lo general en forma de pulpa de papel, arcillas inertes, como el caolín o la sepiolita, o tierras de diatomea) que se combinan con una solución.

La compresa posibilita un mayor contacto con el material que se desea eliminar, y facilita su deposición en la superficie. En algunos casos, para aumentar el tiempo de acción de la solución utilizada, la compresa se cubre con una película de plástico o con papel aluminio.

### *Removedores comerciales*

Productos de diversas empresas comerciales fabricados con el fin de disolver o dispersar la pintura de los *graffiti*. Pueden estar fabricados de diferentes compuestos entre ellos el alquitrán y alcohol. Las propiedades de cada removedor varían de acuerdo con su formulación; las características difieren en viscosidad, emulsificables, formación de solución, etcétera.

### *Métodos mecánicos o abrasivos*

Los tratamientos mecánicos comprenden desde chorros en seco o en húmedo, hasta materiales abrasivos tales como carbonato de calcio, polvo de dolomita, óxidos de aluminio, cáscaras de algunos tipos de nueces, almidón, bicarbonato de sodio y otros tipos de materiales. También puede ser un sistema abrasivo con un chorro de agua a presión o de agua caliente. Sin embargo, ese método siempre ocasiona daños al sustrato y su uso debe evitarse en edificios históricos, o bien, hacerse con sumo cuidado.

Existen técnicas de microabrasión que se utilizan, siempre y cuando la piedra o superficie se encuentre en buen estado, y la persona que lo haga esté debidamente capacitada. Ese tipo de limpieza se puede llevar a cabo con una presión baja y con abrasivos de granulometrías finas.

La abrasión con *pellets* de hielo seco (limpieza criogénica) consiste en el desprendimiento por congelamiento de una capa muy fina y superficial que posibilita retirar la suciedad o los añadidos mediante la aplicación de hielo seco sublimado a condiciones ambientales.



### ***Láser***

Remoción por pulverización la capa de pintura o capa con la acción de un láser. Las características del equipo y de los efectos obtenidos dependen de la intensidad del haz de luz y la calibración que éste tenga.

## **6. Estrategias de investigación y trabajo social**

### ***Trabajo social***

Se refiere al trabajo emprendido con grupos específicos como: miembros de una comunidad (urbana o rural), estudiantes de diferentes niveles escolares o público no especializado vinculado a patrimonio en donde puedan presentarse expresiones del *graffiti*.

### ***Productos antigraffiti***

Son productos comerciales aplicados de manera directa sobre la superficie, hidrofugantes o impermeabilizantes: productos que se aplican en aerosol, como pintura que provea diferentes tipos de acabados en la superficie (brillante o mate), productos antiadherentes u otros productos similares

### ***Barreras de protección***

Barreras físicas como cercas o mallas que no están en contacto directo con la superficie, o también, capas de sacrificio, que son materiales aplicados de forma directa sobre la superficie donde puedan presentarse *graffiti*, firmas u otro tipo de manifestación y, en caso de que ocurran, esa capa de sacrificio se puede remover.

### ***Trabajo con instituciones***

Se refiere al trabajo con miembros de instituciones especializadas, como autoridades, funcionarios, especialistas de áreas afines a la conservación. Capacitaciones sobre temas donde se tratan las consideraciones para el *graffiti* o arte urbano, las acciones vandálicas o la publicidad.

\*

