

'Tags' *Afirmación y muerte del autor*

ALMUDENA FERNÁNDEZ FARIÑA
Espanha, Facultad de Bellas Artes de Pontevedra,
Universidad de Vigo; Conselho Editorial

A finales de los años sesenta, el espacio urbano de Nueva York se convirtió en un soporte para la expresión de grupos de jóvenes de barrios marginales. Sobre el gran lienzo que constituía la ciudad dejaban sus huellas, garabatos y pintadas con la voluntad de afirmar su identidad, expresar su desencanto, dar testimonio de su existencia en un sistema social, político y económico excluyente.

Una de las primeras pintadas se atribuyen Taki, un joven de origen griego cuyo verdadero nombre era Demetrius. Su *tag* (firma), sencillo y legible, era su apodo 'Taki' y el número de su calle 188.

'Taki 183' aparece escrito en muros, autobuses, en las estaciones de metro de Manhattan. Muchos jóvenes seguirán al pionero Taki escribiendo sus nombres en el mayor número de lugares posible. Trazos incontrolados fueron apareciendo en los sitios más insospechados e imposibles: mobiliario urbano, monumentos, vallas publicitarias, túneles del metro. Lugares prohibidos invadidos de pintadas que buscaban la autoafirmación, la apropiación de un espacio, la trasgresión del orden del sistema.

Los *tags* se multiplicaron, el fenómeno de estampar la firma se extendió por todas las ciudades del mundo. La voluntad de autoafirmación de los primeros *tags*, sencillos y legibles, se fue diluyendo en la acumulación: un *tag* se escribía sobre otro. La autoafirmación entra en el juego inago-

table de escribir el nombre, perderlo, volver a escribirlo, un juego donde el nombre se sedimenta y se confunde en un amasijo de líneas que cubren paredes o vagones de metro, como un palimpsesto de firmas ahogadas en su propia egolatría. La firma pierde el nombre, la escritura deja de ser subversiva al transformarse en una superficie de textura gráfica en la que, finalmente, no hay nada escrito, nadie ha escrito. El autor del *tag*, busca la autoafirmación, marca su territorio, firma por todas partes pero se mantiene en el anonimato, se oculta tras un apodo, un pseudónimo.

En un caos de trazos y líneas, los *tags* intentaron recuperar esa identidad perdida, sobresalir, destacar sobre el resto, así evolucionaron hacia composiciones cada vez más complejas: primero las letras se estilizan, se desfiguran. Después se introducen formas, color, elementos decorativos. Y después, con el paso del rotulador al aerosol, las formas aumentan en tamaño y complejidad, los recursos se amplían: perspectivas, perfiles, brillos, sombras que generan tridimensionalidad, degradados de color. La escritura del *tag* se dibuja, se moldea, se aleja del código y se dirige a lo indescifrable. Comienza la llamada 'guerra de estilos,' en la que cada uno busca reconocerse y ser reconocido ya no en la legibilidad de una firma sino en la repetición de una forma. La espontaneidad y legibilidad de los primeros *tags* evoluciona hacia la ilegibilidad, la abstracción y el virtuosismo. En esta evolución para distinguirse del resto y encontrar una identidad propia, el autor del *tag* busca un estilo que llegue a ser reconocible, pero su firma es cada vez más compleja, en la medida que crece de tamaño disminuye en significado, el nombre se vuelve ilegible.

El *tag*, como firma, consolida el ego, reclama la autoría y, por tanto, reclama la autoridad, el poder sobre un espacio que no le pertenece. Pero el *tag* no tiene la función de una firma en un cuadro, la función de garantizar la autenticidad, de revelar la autoría. En la autoafirmación de esta firma,

el efecto se invierte, se da la condición paradójica de su propia negación. En el *tag* se destruye toda voz, todo origen, "acaba por perderse toda identidad, comenzando por la identidad del cuerpo que escribe." (Barthes, 1994, p. 65).

El *tag* no tienen más contenido que el acto por el cual el mismo se profiere, un acto anónimo, ilícito, proscrito, impositivo a los ojos del ciudadano quien, en el intento de leer y descifrar, no encuentra ni mensaje ni sujeto, siempre es devuelto al acto mismo de una enunciación cuyo contenido es la subversión misma.

A finales de los años setenta los *tags* empezaron a acompañarse de personajes que bebían de la estética del cómic, de los dibujos animados y de las series de televisión. El *graffiti* empezó a moverse en diferentes vertientes entre lo pictórico y lo caligráfico, entre los signos icónicos y los verbales, entre el contenido político/ideológico y la ausencia de significado inmediato, entre el compromiso con la realidad social y la exaltación del yo, entre la desmesura y el exceso (Calabrese, 1989).

Los *graffiti*, desplegados de forma anónima e indiscriminada en el espacio urbano, fuera del marco institucional, fuera del control de comisarios, críticos o galerías, cuestionaban las prácticas autoritarias y exclusivistas del mundo artístico. Pero la manifestación exclusivamente marginal fue, con el tiempo, accediendo al sistema normalizado del arte, los artistas del *graffiti* empezaron a participar en exposiciones, a pintar sus obras en lienzos o en los muros blancos de los museos, a ser reconocidos por el sistema artístico (Basquiat o Keith Haring fueron absorbidos por circuito de galerías, las obras de Banksy se subastan en Sotheby's). La vocación transgresora sucumbe al mercado, el anonimato se rinde al éxito, el *graffiti* pierde su esencia, niega su propio discurso.

La condición transgresora del *graffiti* no radica en lo que la inscripción nombra ['yo'], tampoco en el mensaje. Para Omar

Calabrese, los pintores de *graffiti* nada tienen que ver con los muralistas Mejicanos: “Lo que ha desaparecido en tales experiencias es quizá justamente el referencialismo de las temáticas representadas, la importancia del contenido.” (Calabrese, 1989, p. 78). En el *graffiti* no hay más contenido que el acto de salir del marco de lo establecido, de desobedecer, de quebrantar la norma, de turbar el orden, de apropiarse del espacio ajeno, de dialogar ilícitamente con un soporte propio de otra actividad discursiva, de rechazar el discurso institucional y el mercado, de imponerse ilícitamente a la mirada de los ciudadanos. Estas son las razones de la penalización, del anonimato y, a la vez, la esencia misma del *graffiti*.

Cuando la necesidad de autoafirmación y de reconocimiento escondida en el anonimato de un *tag* sucumbe al prestigio de un nombre el *graffiti* pierde su dimensión esencial, se disipa su discurso desestabilizador. El acto subversivo se legitima, el *graffiti* entra en el imperio del autor. “Una vez hallado el autor, el texto se ‘explica,’ el crítico ha alcanzado la victoria,” (Barthes, 1994, p. 70) el *graffiti* ha caído en la trampa, se enmarca en el sistema, destruye su significado.

Firmar y a la vez negar la autoría, autoafirmarse y a la vez rehusar el nombre, existir eternamente y a la vez admitir la propia muerte, es la paradoja del *graffiti*. La condición fatal de existir en el exceso y la desmesura de un muro saturado de *tags* donde el autor queda sepultado.

REFERENCIAS

- Barthes, Roland (1994) “La muerte del autor” en *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós.
- Calabrese, Omar (1989) *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.
- Gari, Joan (1995) *La invención mural. Ensayo para una lectura del graffiti*. Madrid: FUNDESCO (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones).