

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Estampando la Ciudad: La identidad del sticker
en la Ciudad de México**

Producto comunicativo

TRABAJO RECEPTACIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A N

FREDI BENAVIDES REYES

ISAAC BENAVIDES REYES

DIRECTOR

MTRO. MARTÍN HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

Ciudad de México, noviembre de 2025.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN:.....	1
CAPITULO I:	9
1.1 El origen del Street Art.....	9
1.2 El sticker urbano en la Ciudad de México	16
1.3 Identidad, juventud y Stickers.....	22
1.4 Arte y Vandalismo	24
1.5 De la idea al sticker	26
1.6 Conceptos clave:	31
1.6.1. Identidad	34
1.6.2. Interacción	35
1.6.3. Resistencia	35
1.6.4. Espacio público.....	36
1.7 ESTADO DEL ARTE:	37
CAPITULO II: El medio audiovisual	44
2.1 Del medio y canal	44
2.2 El documental como medio de realidad social	44
2.3 La visión del artista.....	47
2.4 ESTADO DEL ARTE DEL DOCUMENTAL:.....	48
CAPITULO III: EL PRODUCTO Y SU PROCESO	53
3.- CARPETA DE PRODUCCIÓN	53
3.1 Título: Estampando la Ciudad	53
3.2 SINOPSIS.....	53
3.3 GÉNERO:.....	53
3.4 MODALIDAD	53
3.5 OBJETIVOS	53
3.5.1. Objetivos Comunicativos	53
3.5.2. Objetivos de investigación	53
3.5.3. Objetivos culturales	53
3.6 JUSTIFICACIÓN	54
3.7 PROCESO CREATIVO.....	54
3.8 PROPUESTA ESTÉTICA:	56

3.9 PROCESO TÉCNICO	57
3.10 PÚBLICO META.....	59
3.11 RECURSOS HUMANOS.....	59
3.12 SCOUTING	60
3.13 GUÍA DE PREGUNTAS (tentativas).....	62
3.14 ESCALETA	65
3.15 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	74
3.16 PRESUPUESTO	80
CAPITULO IV:	84
Conclusiones individuales (Isaac).....	87
Conclusiones individuales (Fredí).....	88
Conclusiones Generales	84
BIBLIOGRAFÍA:.....	90

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por ser nuestro guía en cada paso de este camino con tu amor incondicional. Gracias por darnos sabiduría, paciencia y fortaleza para persistir con resiliencia a lo largo de nuestra vida. Sin tu presencia, nada de esto habría sido posible.

A nuestros papás:

Pilar y Fredi, quienes fueron una pieza clave para lograr un paso más en nuestra vida profesional, por apoyarnos y guiarnos en las dificultades y confiar en nosotros. Este logro también es de ustedes, infinitamente les agradecemos que siempre han estado con nosotros, desde nuestra infancia, impulsándonos a seguir adelante a pesar de los tropiezos, pues nos han permitido alcanzar la conquista de esta meta.

A mis hermanos:

Por su amor, su apoyo constante y por ser mi fuerza en cada etapa de este camino. A pesar de todos los problemas, hemos seguido unidos y aprendiendo entre los tres, la importancia de la hermandad, la lealtad y el valor de la familia.

A mis tíos:

Algunos me apoyaron en mi formación académica, confiando en mí y brindándome su ayuda económica y emocional en los momentos en que más lo necesitaba. A otros, gracias por enseñarme a ser fuerte, disciplinado y entrenar no solo el cuerpo, sino también la mente y el carácter. Cada uno de ustedes, son un pilar fundamental en mi camino.

A mi querida Molly:

Por acompañarme en cada paso de este camino con tu amor incondicional. Gracias por estar a mi lado en las noches largas, por tu calma, tu alegría y por recordarme que siempre hay motivos para sonreír. Mi leal amiga de cuatro patitas.

A mis perritos:

Taburete y Sirius, quienes rescate de las calles y que, sin saberlo, me rescataron a mí en muchos momentos. Ellos me enseñaron a valorar las pequeñas cosas y a entender que parte de mi propósito en la vida es de proteger a los demás.

A mis amigas:

Por estar siempre conmigo, por su apoyo incondicional, su cariño y por hacer mas ligeros los días difíciles. Gracias por las risas, los consejos y por creer en mí cuando más lo necesitaba.

A mis amigos:

Por estar ahí incluso cuando yo había perdido la fe en mi mismo. Gracias por su apoyo incondicional en los momentos más difíciles, me han ayudado no solo con palabras, sino con acciones. La lealtad es muy importante para mí.

A nuestros maestros:

Quienes a lo largo de este camino nos inspiraron, impulsaron y motivaron a creer en nosotros mismos. Cada uno de ustedes nos brindaron no solo conocimientos académicos, sino también valiosas herramientas para enfrentar con determinación y pasión los retos de la vida profesional.

UACM San Lorenzo Tezonco:

Asimismo, agradecemos a nuestra universidad, que nos abrió sus puertas y nos permitió formarnos como profesionistas. En ella vivimos momentos inolvidables, de aprendizaje, amistad y crecimiento. Hoy nos llena de orgullo poder representarla y poner su nombre en alto, dando lo mejor de nosotros ya que nada humano nos es ajeno.

INTRODUCCIÓN:

Este proyecto audiovisual muestra el fascinante mundo del *sticker urbano* en la Ciudad de México, lleva alrededor de 20 años que se ha convertido en todo un movimiento cultural para los exponentes del sticker, teniendo cada uno de ellos distintas motivaciones, técnicas y estilos para realizarlos. Este producto documental presenta la recopilación de entrevistas de algunos creadores del sticker, quienes lo utilizan como medio para comunicar y expresar sus ideas dentro del espacio público; conociendo también su proceso creativo para dar vida a sus adhesivos.

Todos alguna vez hemos hecho contacto visual directa o indirectamente con alguno de estos adhesivos que se encuentran diseminados por toda la ciudad, de nuestro trayecto a nuestro destino cuando vamos por la calle, estos pequeños fragmentos de arte se adhieren en distintas superficies del espacio público como postes, señales de tránsito, ventanas, paredes etc. Reflejando creatividad, resistencia e identidad, que llenan de color y adornan la ciudad.

Sin embargo, también debemos tomar en cuenta que existen diversas posturas con respecto a lo que puede representar un sticker en el entorno urbano, ya sea desde una forma libre de expresión artística con algún discurso político, social, cultural, o simplemente contaminación visual e invasión al espacio público.

Desde los orígenes del arte urbano y en la actualidad muchos jóvenes hallaron en el sticker una forma de resistencia y expresión libre por la ciudad a través de la gráfica e incluso para algunos de ellos también ha generado una fuente de ingresos, convirtiéndose más que un simple pasatiempo o rebeldía en un estilo de vida.

Es por ello que el documental *Estampando la Ciudad: La identidad del Sticker Urbano en la Ciudad de México*, explora más acerca de las historias, procesos creativos, identidades, interacciones y significados; que cada uno de ellos tiene desde su perspectiva sobre de esta práctica urbana.

Teniendo como supuesto de partida para la investigación que actualmente los artistas urbanos siguen siendo considerados por algunas personas como vándalos por intervenir

los espacios públicos de la ciudad, demeritando el trabajo artístico que realizan, debido a que desconocen sobre dicho tema.

Es por tal razón que esta investigación es de carácter social, buscando informar acerca de todo lo que conlleva dicha expresión del sticker urbano, reflexionando sobre el gran impacto que ha tenido en los últimos años y generar un debate tomando en cuenta las diferentes posturas que existen relación al tema.

Contexto problemático:

Actualmente los stickers urbanos tienen mayor difusión como forma de expresión artística y social dentro del entorno urbano, convirtiéndose en todo un fenómeno cultural alrededor del mundo, así como en la Ciudad de México, lugar que tiene un gran potencial creativo. Sin embargo, también enfrenta desafíos debido a que muchas de las personas que interactúan visualmente con estos adhesivos; no conocen cuales son las motivaciones de los stickereros, generando distintas percepciones relacionadas al impacto y legalidad que implica un sticker en el espacio público.

En este contexto, el sticker urbano dentro de la Ciudad de México se encuentra en un delicado equilibrio entre el arte y vandalismo. Mientras que algunos lo ven como una forma legítima de expresión artística libre y un componente que enriquece visualmente el paisaje urbano, otros lo perciben como un acto de destrucción al espacio público y no lo consideran como una forma de expresión artística, inclusive mismos exponentes del sticker no se consideran artistas. Por lo que, resulta interesante conocer en profundidad desde el proceso creativo de un sticker urbano y que motiva a estos stickereros a utilizar esta forma de expresión a través de la gráfica, con el fin de promover su trabajo y la historia detrás de sus diseños.

Preguntas de investigación

Para este punto de la investigación surgen las siguientes preguntas ¿Los stickers comunican alguna intención?, ¿Es necesario reconocer como arte al sticker?, ¿Qué hay detrás de la producción de stickers?, ¿El crear stickers se ha convertido en un estilo de

vida para los stickeros?, ¿Existe interés por parte de personas externas al arte urbano?, ¿Qué opinan las personas sobre los stickeros?, ¿Los stickers son arte o no?, ¿Todos los creadores del sticker se consideran artistas o no?, ¿Cuál es el proceso creativo para dar vida a un sticker?, ¿Los stickeros urbanos generan su propia identidad?, las cuales encaminan más esta investigación.

Objetivos:

Y de tal manera cumplir con los objetivos del proyecto los cuales están divididos en tres secciones presentados detalladamente a continuación. Como parte de los objetivos comunicativos buscamos exponer el fenómeno del sticker urbano como parte de la identidad visual de la Ciudad de México, así como difundir la gráfica urbana de los creadores del sticker, desde sus motivaciones, estilos y procesos creativos, y por último mostrar a la audiencia el valor cultural y social del sticker como forma de expresión dentro del espacio público.

Por otro lado, tenemos también los objetivos de investigación los cuales son, conocer las motivaciones que impulsan a esos creadores urbanos para utilizar el sticker como medio de expresión y la intención detrás de sus diseños, además de explorar distintos espacios en los que interactúan entre ellos, en los cuales intercambian sus diseños y generan comunidad.

Y finalmente los objetivos culturales que son, promover el trabajado de los creadores del sticker, que encuentran en la calle un medio de expresión, identidad, interacción y resistencia cultural; por último, difundir como el fenómeno del sticker transforma diversos elementos cotidianos del entorno urbano en soportes de identidad, humor y crítica social.

Metodología y enfoque a utilizar:

Para este trabajo de investigación utilizamos una metodología cualitativa, para observar la fenomenología del interaccionismo simbólico, dentro de la cultura del sticker urbano. Además de seleccionar el enfoque sistémico, para comprender todo el sistema que cohesiona todo el fenómeno del sticker, desde su individualidad, colectivos hasta los efectos que hay en el espacio público.

Problema comunicativo:

Hoy en día el sticker urbano genera distintas percepciones siendo considerado como un acto de vandalismo, contaminación visual o destrucción del espacio público, lo cual se debe en gran medida a los estereotipos y desconocimiento que tienen estas personas con respecto al tema, pese a que existen distintos libros y artículos para conocer más acerca de esta forma de expresión urbana en la Ciudad de México, es por ello que nosotros buscamos por medio de este producto audiovisual dar voz y reconocimiento a exponentes del sticker mostrando todo lo que conlleva esta forma de expresión como parte de su identidad.

Publico:

Este producto comunicativo está dirigido principalmente a personas de 15 a 35 años de la Ciudad de México, para que puedan conocer más acerca de esta forma de expresión urbana, desde las motivaciones, la historia y significado que les dan a sus diseños; puesto que el street art ha tenido más difusión artística y social en los últimos años. De igual manera, nos percatamos que el proyecto también fue del interés de otros sectores a quienes consideramos como público colateral entre ellos los mismos exponentes del sticker urbano de la Ciudad de México, estudiantes universitarios de la UACM y transeúntes de la CDMX interesados en el tema.

Canal y promotores

Como canal principal la plataforma de YouTube en donde se subirá el documental *Estampando la ciudad: La identidad del sticker en la Ciudad de México*, así mismo consideramos pertinente diseñar un sticker con un código QR, que permiten su difusión y distribución en lugares estratégicos de la CDMX, desde la UACM SLT, en los intercambios masivos de stickers que se llevan a cabo en la ciudad y en negocios donde vendan materiales para la creación de adhesivos callejeros, con el fin de direccionar al público objetivo a nuestro producto.

Por otra parte, consideramos importante tener como promotor al Faro Oriente el cual ofrece talleres libres de artes, como el taller de serigrafía, por lo que tienen un amplio reconocimiento cultural. Así mismo, consideramos a difusión cultural de la UACM SLT,

ya que al ser un espacio que promueve y difunde la cultura y el arte es un lugar apropiado para nuestro producto, con la finalidad de acercar a la comunidad universitaria la expresión urbana del sticker, siendo que dentro de la misma universidad hay compañeros que también realizan este estilo de expresión urbana.

Pertinencia para la comunicación y la cultura:

Estudiar el sticker urbano desde el campo de la comunicación y la cultura es pertinente por varias razones, ya que esta forma de expresión artística y social involucra una serie de procesos de comunicación, interacción social, construcción de identidades y reflexión cultural.

Como forma de intervención en el espacio público, actúa como un medio de comunicación visual que transmiten mensajes, ideas y emociones de manera directa y accesible. Estos mensajes pueden ser de carácter social, político, de protesta o simplemente artísticos. Desde la comunicación, el sticker es una herramienta para entender, como los individuos se relacionan con su entorno a través de la gráfica urbana.

Siendo a menudo, una forma de resistencia cultural y teniendo un papel en la construcción de identidades urbanas. Los exponentes y grupos que se expresan a través del sticker, ya sea individual o colectivamente, crean comunidades que comparten códigos visuales, simbología y mensajes comunes. Estudiar este fenómeno ayuda a entender cómo se crean y se difunden estas identidades culturales dentro de una ciudad, en un espacio público compartido.

Relevancia para la comunicación y la cultura:

Los stickers urbanos en la Ciudad de México se han convertido en un fenómeno cultural como forma de expresión y comunicación en el espacio público, utilizado como lienzo que muestra la gráfica urbana y formando parte de la estética visual de la ciudad. Consideramos que actualmente el arte callejero tiene mayor aceptación y crecimiento, sin embargo, aún existe cierta desaprobación sobre esta práctica urbana, debido a la

mala información, por lo cual resulta relevante realizar una investigación en estos momentos desde el campo de la comunicación y la cultura a través de un documental que muestre lo que implican estos adhesivos como sus motivaciones, más allá de catalogarlo como simple vandalismo.

Género Documental

Realizando trabajo de campo se tomó la decisión de utilizar el género documental informativo, pues resulta apropiado para capturar en esencia la realidad del fenómeno del sticker urbano en la Ciudad de México.

Formato de salida

Video documental titulado “Estampando la Ciudad”: La identidad visual del sticker en la ciudad de México, publicado en la plataforma de YouTube que es de fácil acceso y redes sociales para lograr un mayor alcance. Además, parte de la difusión del documental será por medio de stickers con un código QR.

Justificación del medio y el género:

Tomamos la decisión de producir un documental, puesto que nos permitirá mostrar de manera audiovisual las experiencias y motivaciones de los artistas urbanos dignificando su trabajo artístico, siendo pertinentes para los objetivos del proyecto.

Género:

Consideramos adecuado producir un documental para el proyecto, ya que, al ser un formato audiovisual, permitirá ilustrar el tema con una narrativa visual a través de imágenes y sonidos, esto desde las motivaciones y el proceso creativo de los artistas urbanos que se dedican al sticker. A sí mismo, la creación de un sitio web nos ayudara a tener interacción con nuestro público.

Formato de salida:

Sera un documental llamado “Estampando la Ciudad”, el cual permitirá difundirlo a través de un canal de YouTube, puesto que actualmente es de fácil acceso para nuestro público.

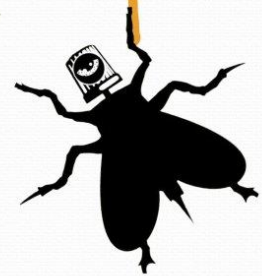
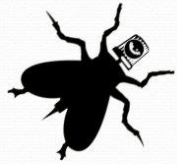
Propuesta estética:

Al realizar la investigación del estado del arte en relación al medio elegido, pudimos encontrar algunos video y documentales como el documental “La calle no calla” de Aiwey, sin embargo, muchos de ellos son muy cortos, por lo cual nos resulta interesante cómo podemos mostrar el sticker art, desde nuestra propia perspectiva visual.

Puesto que, para la realización del proyecto, consideramos importante tener un mayor cuidado en el lenguaje cinematográfico, incorporando diversas tomas, encuadres y ángulos fotográficos, los cuales darán mayor dinamismo al documental, además de utilizar darle importancia al sonido, desde la musicalización hasta sonidos incidentales, con el objetivo de que nuestro público no pierda interés y lo puedan disfrutar mientras conocen más acerca del tema.

Así pues, dentro del primer capítulo se abordará más acerca del tema del sticker, en el segundo capítulo se abordará el medio elegido, en este caso el documental, con ayuda de los referentes teóricos, en el tercer capítulo sobre el producto y su proceso creativo en el que se explora la construcción de nuestro documental y por último en el cuarto capítulo se presentan las conclusiones del proyecto.

CAPITULO 1



CAPITULO I:

1.1 El origen del Street Art

Para poder comprender el surgimiento del *sticker* urbano es importante conocer los antecedentes que dieron origen a esta forma de expresión gráfica en las calles. Todo empezó con el *grafiti*, este concepto proviene del italiano graffiare, que significa garabato. Diversos autores y escritores del *Street Art* han señalado que sus raíces pueden rastrearse hasta el arte rupestre, cuando los seres humanos empezaban a pintar en el interior de las cuevas.

El grafiti contemporáneo nace a mediados de los sesenta y principios de los setenta en Estados Unidos, especialmente en Filadelfia, Nueva York y Los Ángeles, donde aparecieron diferentes precursores como: **Taki 183**, **Cornbread**, **Mico**, **Frank 207**, etc. Quienes pintaban su placa o tag en las paredes de la ciudad, vagones del metro y trataban de hacerlo la mayor cantidad posible para darse a conocer; atrayendo la mirada de las autoridades comenzando la cacería de brujas, limpiando las calles de estas pintas, organizando grupos antigrafitis e implementando la ley *Tolerancia Cero*.

A pesar de ello, la resistencia por parte de estos escritores urbanos siguió adaptándose en la dificultad, logrando desarrollar diferentes técnicas graficas en las que tenemos al *Grafiti*, el *Stencil*, *Paste-up* y el *Sticker*. Ampliando el alcance del *Street Art* expandiéndose por todo el mundo, encontrando formas únicas de expresión en diferentes contextos culturales y urbanos, desafiando lo convencional, que, a diferencia del arte tradicional exhibido en galerías, el *Street art* existe en el dominio público, en nuestras calles y espacios urbanos compartidos con los que interactuamos cotidianamente de manera visual.

Figura 1

Demetrius, pionero de los graffitis



Nota. Demetrius mejor conocido como Taki 183, uno de los pioneros de esta técnica gráfica. Tomado de (Medium, 2016)

El término Street Art o arte callejero se refiere a toda creación artística que se realiza en las calles, algunos autores lo definen como:

... “Cualquier obra de arte realizada en un espacio público y el término incluye desde el grafiti tradicional, las plantillas, stickers y hasta video proyecciones” (Monsa, 2007).

Por otro lado, Flavio Montessoro, diseñador gráfico e investigador reconocido por abordar el tema del arte callejero en diversos libros, por ejemplo, uno de ellos *Stickers DF* publicado en el año 2016, y actualmente profesor de la licenciatura en Arte y Patrimonio Cultural de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), menciona lo siguiente:

... *“Desde mi perspectiva el concepto de Street art debe interpretarse más como concepto que intentar traducirlo de manera literal; o sea, es una convención internacional para identificar o reunir trabajos de la calle, para distinguirlo del grafiti propiamente dicho o del arte establecido o tradicional”* (Montessoro, 2016).

En los años ochenta surge el movimiento artístico del *Hip Hop*, conformado por cuatro elementos principales, los cuales cumplían una función diferente dentro de este movimiento artístico, por un lado, el *Dj* era la manifestación musical; el *Break Dance* la manifestación corporal a través del baile; el *Grafiti* era la manifestación visual realizando pintas en lugares públicos como forma de protesta social y por último el *MC* o maestro de ceremonias era la manifestación oral (Cárdenas, 2021).

Ya a mediados de los años ochenta fue que se comenzó a emplear el término del *Street Art* para referirse a toda intervención artística urbana en el espacio público, concebidas como un medio de expresión. En esta época surgieron figuras importantes como Obey en Filadelfia y Banksy en Londres, cuyos trabajos alcanzaron reconocimiento internacional gracias a la crítica social que transmitían en sus obras. Su propuesta se convirtió en una fuente de inspiración para numerosos jóvenes que posteriormente se sumaron al movimiento.

Durante esos años también comenzaron a surgir diferentes *crews*, conformados por diversos grafiteros para intervenir en los espacios públicos, ya que mientras unos pintaban otros vigilaban, formando así comunidad por esta técnica callejera, además crecían de manera individual pintando cada quien por su lado realizando pintas y firmando con las iniciales de los integrantes de su crew como: Fast Breaking Art (FBA), The Ebony Dukes, entre otros. En México dicho termino fue introducido alrededor de los años noventa, época en la que comenzaron a destacar reconocidos escritores de grafiti del país como **Acamonchi** y **Une**, precursores importantes de este movimiento en México.

Lo mismo ocurre con el sticker urbano, con los colectivos de stickereros quienes comparten el interés por el arte urbano; estos colectivos suelen proporcionar un espacio para que los artistas compartan ideas, técnicas y recursos, así como para fomentar la colaboración y la creatividad dentro de la escena del sticker urbano. Algunos colectivos también pueden tener objetivos más amplios, como la promoción del arte callejero como forma de expresión legítima o la defensa de los derechos de los artistas urbanos. En definitiva, los colectivos de stickereros desempeñan un papel importante en la construcción de identidad y el fortalecimiento de la comunidad artística del sticker y en la difusión de esta forma de arte dentro del espacio público.

Tristan Manco ha sido una figura prominente en el ámbito del arte urbano y ha escrito extensamente sobre diversos aspectos de esta cultura, incluyendo la técnica de las pegatinas callejeras. Dichos Stickers urbanos, son una forma popular de expresión dentro del movimiento del arte callejero. Manco ha abordado este tema en varios de sus libros y proyectos relacionados con los movimientos urbanos. En sus escritos, ha explorado cómo se han convertido en una forma de arte accesible y efímera que permite a los artistas callejeros compartir su trabajo de manera rápida y anónima en su entorno.

De igual manera Manco menciona que:

... “La cultura del skateboard también ha sido responsable por popularizar los stickers. Surfeadores y patinadores han estado creando desde los sesentas su propio arte, primeramente, para decorar sus tablas y playeras”
(Montessoro, 2016).

De esta manera los skaters también utilizaron el sticker callejero, para marcar los espacios públicos por donde estaban, sin embargo, se popularizó aún más cuando comenzaron a pegar diseños personalizados con sus nombres, para tratar de marcar la parte más alta en la que llegaban, dejando un récord. Además, llenaban sus tablas de muchos de ellos, los cuales les daba una estética visual muy buena e interesante.

Práctica que actualmente sigue, de hecho, también se organizan distintos movimientos urbanos llenos de skaters, ciclistas, grafiteros y stickereros; como el evento que se llevó a cabo el pasado 5 de mayo del 2024 en la tercera sección de Chapultepec para celebrar el primer aniversario de “Los malditos intercambios”, todos interactuando de forma colectiva con el arte callejero y conviviendo con otros en el entorno.

Figura 2

Historias pegadas en una ventana



Nota. Viajan los sueños callejeros. Tomada por Isaac Benavides

Es decir, la cultura del sticker urbano ha estado presente en muchos movimientos sociales y artísticos, como lo fue también con los grupos Punk, tal como lo menciona Acamonchi otra gran figura que ha influido en el tema del Street Art:

... “Los grupos Punk usaron los stickers para anunciarse, para decorar sus guitarras y amplificadores. En los años ochenta había calcomanías con

tintes políticos y mensajes antiautoridad, anticapitalismo, pacifismo o en favor de los derechos de los animales”

Como tal el arte del sticker ha estado desde el siglo XVIII, con el invento de la litografía, durante los siglos XIX y XX, por lo cual ha estado en constante interacción con otras manifestaciones. Para la cultura urbana en este caso el sticker construye una identidad para los mismos stickereros quienes interactúan con otros artistas y transeúntes dentro del espacio público.

Los artistas del sticker pueden usarlos para transmitir mensajes políticos, sociales o simplemente para expresar su creatividad de manera rápida en el entorno urbano. En las últimas décadas el sticker urbano, ha ganado más apertura, convirtiéndose en una forma de expresión artística callejera en todo el mundo. Para muchos miembros del movimiento el arte urbano, es una forma de realizar arte libre, práctico, independiente, una manera para darse a conocer, dejar una pequeña parte de ellos por la ciudad, lo cual puede ser por simple moda, pasatiempo o de igual manera para dar a conocer su trabajo y grafica en el entorno urbano.

Los autores de este tipo de arte urbano pueden ser diversos, desde artistas reconocidos hasta aficionados anónimos que desean expresarse en las calles de manera creativa. El sticker urbano ha ganado popularidad en los últimos años debido a su naturaleza accesible y su capacidad para llegar a una amplia audiencia. Sin embargo, genera también algunas interrogantes como si todas estas calcomanías que se encuentran en diferentes sitios dentro del espacio público ¿son arte? o si todos los que realizan Stickers se consideran artistas.

Es por ello que debemos tomar en cuenta hasta qué punto pueden considerarse arte, pues en ocasiones solo toman un diseño que ya existe y solo lo alteran o modifican, sin darle un sentido de identidad y pegándolos en diferentes spots solo como un simple pasatiempo, en contra parte hay artistas que buscan más allá de un simple pasatiempo, una forma de expresarse y mostrar su grafica realizando diseños originales, los cuales

pueden ser contruidos a partir de alguna experiencia de vida, ideología, postura política etc. Otorgándoles un sentido de identidad dentro del entorno urbano y resignificando espacios inexpressivos a través de un deleite visual y estético.

Con respecto a lo antes mencionado compartimos una cita de Une, gran escritor de grafiti, quien además ha influido en muchos artistas y diseñadores dentro de la Ciudad de México.

... “Una iconografía que no diga nada, no cumple como expresión; los Stickers mal hechos no captan la atención de nadie, no aportan nada, no fueron pensados, se vuelven parte de la contaminación visual, junto con los anuncios publicitarios” (Montessoro, 2016).

Es así que la estética del sticker urbano en el espacio público es una fusión única de creatividad, contexto urbano y mensaje, que contribuye a la riqueza visual y cultural de nuestras ciudades. Abarcando una amplia gama de estilos artísticos, desde el graffiti hasta el arte más conceptual. Algunos son coloridos y llamativos, mientras que otros pueden ser más minimalistas o incluso monocromáticos.

Además, estos pueden variar ya sea en su tamaño hasta el tipo de material en que son producidos determinando el tiempo que duraran en el espacio público, desde pequeñas pegatinas que apenas ocupan un espacio hasta grandes obras que cubren paredes enteras. Incluso la forma en que se colocan los Stickers en el espacio público también forman parte de su estética, ya sea agrupados en áreas específicas o dispersos de manera estratégica por la ciudad.

Figura 3

El espíritu de las calles



Nota. Sticker Art. Tomada por Isaac Benavides

1.2 El sticker urbano en la Ciudad de México

Durante los años 1999 y 2000, la Ciudad de México presencio el surgimiento de la manifestación del sticker callejero, los cuales podían ser dibujados a mano con ayuda de rotuladores o impresos en materiales adhesivos utilizando algunas técnicas como la serigrafía, para plasmar desde la firma del autor hasta diseños que fuesen significativos para cada uno de ellos. Llenando con gráfica urbana las calles de la ciudad que, al formar parte del entorno cotidiano, generó diversas posturas en la sociedad, tanto a favor como en contra de esta forma de expresión.

A medida que el movimiento se desarrollaba por todo el mundo surgieron diferentes creadores del sticker, los cuales generaron tendencia en México, algunos de los pioneros fueron: **Acamonchi**, **Une** y **Mr. Fly**, cuyo trabajo consolidó esta forma de expresión dentro del contexto urbano nacional.

El enfoque de Acamonchi son los temas sociopolíticos, como uno de sus diseños mas conocidos que fue el de Raúl Velasco. Además, menciona lo siguiente:

....“Muy similar al principio del graffiti de apropiarse del entorno urbano, la diseminación de estos conceptos y buscar algún tipo de reacción. Al principio las calcomanías eran solo para quienes estaban dentro de esos medios, (arte o música) ahora las calcomanías se han vuelto más accesibles”. (Theechomusic, 2017)

Figura 4

Raúl Velasco



Nota. Sticker diseñado por Acamonchi. Tomada de (Capital Digital, 2024)

Por otro lado, Mr Fly cuenta con un estilo muy simbólico de lo que representa el ruido en el entorno urbano y social. Es por eso que su diseño de la mosca representa para Mr. Fly la decadencia social y al mismo tiempo la persistencia; es incómoda, molesta, pero siempre está presente, como su gráfica en el espacio público.

...“Para Mr. Fly El sticker urbano es una forma de apropiación del espacio público, un medio para infiltrarse visualmente en la ciudad y provocar en el observador una reacción, ya sea de molestia, sorpresa o reflexión” (Montessoro, 2016).

Figura 5

MR. FLY



Nota. Diseño original de Mr. Fly. Tomada de (Fly, 2022)

Une, es un escritor de grafiti muy reconocido, que además ha sido multidisciplinario en todo el ámbito del Street Art, como estenciles y serigrafía. Para él, la importancia de la imagen y su significado es de suma importancia; además comenta algo muy particular en relación a los grafitis:

...“Muchos stickers son miniaturas que se pierden como una manchita en la pared, uno encima de otro, asqueroso realmente, hasta pegar un sticker hay que tener un poco de tacto y noción del espacio, ¿qué caso tiene amontonarse como chinches? Por pura estética de sus stickers déjenlos respirar, denles su espacio, busquen spots diferentes, ¿no se les ocurre otro lugar que los señalamientos y semáforos? Hay que pensar un poquito y dejar de ser como pinches borregos”. (Montessoro, 2016, p. 108)

Para muchos exponentes del sticker callejero, es la voz para ser escuchados, pues claramente las muestras de expresión gráfica en las calles tienen la capacidad de comunicar mensajes con un impacto estético y social en el entorno urbano. Transformando espacios grises y monótonos en paisajes coloridos y dinámicos, construyendo de esta manera una identidad colectiva.

Aunque aún existe el debate en términos de su legitimidad, relación con la autoridad y el espacio público, hoy en día el Street Art ha tomado una fuerza cultural impresionante dentro del entorno urbano de las ciudades alrededor del mundo, logrando conseguir popularidad y mayor apertura socialmente, debido en gran medida al consumo cultural, pues grandes marcas comerciales lo han utilizado como estrategia publicitaria, marcas como *Converse*, *Vans* o *Cuidado con el Perro*, quienes utilizan una estética urbana para acercarse más al público juvenil.

Por otro lado, el consumo cultural también puede ser una forma de apoyar a los artistas callejeros y ayudar a financiar sus obras. Muchos han encontrado maneras de capitalizar su arte a través de la venta de obras legales, la colaboración con marcas o la realización de encargos. Siendo una forma de apoyo económico para los artistas, sin embargo, hay quienes opinan que el comercializar el arte es romper con lo que significaba desde un principio, pero eso queda al gusto y postura de cada quien.

De igual manera al crecer el consumo cultural muchos artistas utilizan como alternativa vender sus gráficas para poder financiar sus obras y seguir presentes en el entorno urbano, incluso los artistas que cuenta con talleres de impresión en serigrafía también ven una forma de poder ganar dinero, imprimiendo los diseños de otros artistas. A medida que continuamos explorando y debatiendo su papel en nuestra sociedad, es importante recordar que el arte callejero es una parte integral de nuestro paisaje urbano y una voz importante en el diálogo público.

El sticker urbano en la Ciudad de México más que ser simple decoración callejera, se ha convertido en toda una forma de expresión cultural arraigada a la identidad de la ciudad, en la cual interactúan los mismos stickereros con su entorno, dejando por las calles algo que los identifique.

Teniendo en cuenta que el sticker surge como alternativa del grafiti, el cual tenía como propósito la denuncia por medio de la denuncia social, puesto que en los años ochenta en las principales ciudades de Estados Unidos, como Nueva York muchos escritores de grafiti eran detenidos y multados e incluso el gobierno implemento leyes antigrafiti considerándolo como actos de vandalismo. Es por tal razón que tuvieron que encontrar la forma de poder seguir presentes en las calles, quien facilito la intervención urbana en los diferentes espacios públicos y privados de la ciudad.

Así pues, retomando una cita de Zerosoga en el libro Stickers D.F del autor Flavio Montessoro, explica en sus propias palabras lo que representa el sticker urbano en el espacio urbano, mencionando lo siguiente:

... “Sin permiso. Ni se exige, ni se compra, solo brota de manera casi natural en la anatomía de las calles, nutriéndose de la cultura grafica contemporánea, fraguándola. Los adhesivos que invadieron hace años las ciudades del mundo ahora son fauna urbana de naturaleza efímera y clandestina; vestidos de ese misterio que atrapa la mirada, seduce la imaginación aun cuando sólo sea por unos instantes, contagiando un poco de sorpresa a la impasible cotidianeidad” (Montessoro, 2016).

Convirtiéndose en una oferta cultural y artística en diferentes zonas de la Ciudad de México, como en la Red de Faros ubicados en la periferia de la ciudad en las alcaldías de Tláhuac, Milpa Alta e Iztapalapa, los cuales ofrecen talleres libres en artes y oficios con un enfoque artesanal y artístico, dentro de los cuales se encuentra el taller de serigrafía, en donde pueden aprender esta técnica de impresión.

Figura 6

Entre stickers y creatividad



Nota. Cada sticker cuenta una historia. Tomada por Isaac Benavides

Así mismo al tener más difusión el sticker urbano, ha permitido que se realicen algunas exposiciones, como la que organizó el programa **“Alas y raíces”** de La secretaria de Cultura del Gobierno de México durante el 2021. La exposición virtual llamada *COMUN-Sticker. Lenguajes adhesivos*, donde se mostró información acerca de la importancia comunicativa del sticker urbano dentro del espacio público, invitando adolescentes y jóvenes a ser parte de la comunidad de creadores del sticker urbano en México.

1.3 Identidad, juventud y Stickers

Las culturas juveniles son conjuntos de prácticas, valores, estilos, y formas de expresión que emergen entre los jóvenes y se manifiestan en sus comportamientos, modas, música, arte y lenguaje. Estas culturas reflejan las experiencias, preocupaciones y aspiraciones de los jóvenes en un momento y lugar específicos. Pueden surgir como formas de resistencia a la cultura dominante o como maneras de afirmar la identidad y pertenencia a un grupo.

En la Ciudad de México, al igual que en otros lugares del mundo, hay una gran diversidad de culturas juveniles que reflejan las diversas experiencias, contextos sociales y aspiraciones de los jóvenes, por ejemplo, grafiteros, skaters, punks, stickereros, teniendo en común su presencia dentro del entorno callejero. Estos grupos responden a la necesidad de construir una identidad colectiva e individual dentro de la sociedad, interactuando con personas que compartan los mismos intereses. Como ocurrió en los orígenes del arte urbano, ya que los jóvenes comenzaron a unirse al movimiento del grafiti, para intervenir el espacio público a modo de denuncia social a través de las pintas, formando parte de algo y construyendo su identidad.

Actualmente las redes sociales han permitido que los jóvenes encuentren espacios en los que puedan conocer y desarrollarse en compañía de otras jóvenes, citando a Carles Feixa, quien habla de las culturas juveniles: *“se refiere a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintos”* (Feixa, 1994)

En este sentido se refiere que es a través de las experiencias colectivas de los mismos jóvenes que construyen su estilo de vida, desarrollando valores simbólicos que le otorgan identidad a dicha expresión, por ejemplo, la cultura del sticker callejero y el espacio público construyen ese sentido de pertenencia, pues cuando se reúnen en los cambios interactúan y conocen la identidad que hay detrás de algún sticker, compartiendo las motivaciones y las ganas del porque expresarse a través de esta técnica gráfica.

Aunque no todos lo hacen con la misma intención, se reúnen para intercambiar sus diseños y es una buena oportunidad para hacer amigos, e incluso pueden llegar a realizar colaboraciones en las que combinan sus estilos para crear un nuevo diseño. También forman su propio colectivo o grupo, mejor conocidos como *Crew*, que es el agrupamiento de diversos creadores que se unen para realizar su gráfica en el espacio público, compartiendo algunos valores estéticos e ideologías similares; esto ayuda a reforzar su identidad, siendo significativo para ellos.

Figura 7

Coyoacambios



Nota. Intercambio de Stickers en Coyoacán. Tomada por Isaac Benavides

La cultura del sticker es un todo, para Gilberto Giménez la identidad esta vinculada a la cultura ya que por medio del contexto histórico y los recursos culturales van moldeando al individuo, en sus palabras nos dice que:

... “Si asumimos el punto de vista de los sujetos individuales, puede definirse como un proceso subjetivo (y frecuentemente auto-reflexivo) por el que los sujetos individuales definen su diferencia de otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo” (Gimenez, 2009)

1.4 Arte y Vandalismo

El sticker callejero se volvió el medio para poder expresarse comunicando de manera visual ya sea una postura política, social e incluso hay quienes solo realizan esta expresión por simple moda. Dentro de la Ciudad de México son muchos los espacios públicos en los que podemos observar spots con cientos de Stickers, como señalamientos de tránsito, postes, semáforos, vagones del metro entre otros con los que interactuamos diariamente.

Entendemos como arte a *“todo proceso humano de creación”*, por lo tanto, aunque muchos stickereros no se consideran artistas, el simple hecho de expresar un concepto, una idea o símbolo en sus diseños, al final reflejan su sensibilidad creativa.

...“El arte sirve, sin arte no seríamos nadie, el arte está en todos los sitios. Primero el arte es algo útil, sin las manifestaciones artísticas del hombre nos moriríamos, no existiría nada.” (Villarán, 2016)

Mientras que para algunos el sticker callejero es un acto de vandalismo por invadir el espacio público, para muchos otros es un medio de expresión libre a través del arte, reappropriándose del espacio público, como lo hace la propaganda política y los anuncios publicitarios, ya que es bastante la cantidad de lonas, carteles, paredes pintadas, espectaculares entre otros lugares; en donde los podemos encontrar por la ciudad con fines políticos y comerciales. Justamente lo que está sucediendo en el contexto actual con las campañas electorales inundando las calles con su propaganda; sin embargo, es necesario destacar que estos no son sancionados o multados por invadir o dañar el inmueble público pues se considera “legal”.

El vandalismo es cualquier acción intencional destinada a destruir, alterar o profanar los bienes que pertenecen a un tercero (Bermudez, 2024). Claramente el arte callejero es considerado un acto vandálico, pero también es un acto de creación artística, lo que conlleva a la reflexión de cuál es la intención de pegar Stickers en el espacio público, ya sea por moda; por expresar enojo acumulado o frustración; para tener reconocimiento y

darse a conocer para sobresalir en el Street Art; buscar la validación de los demás o llamar la atención; por denuncia social, activismo político o protesta.

Abordando un poco dentro del marco de lo legal e ilegal, existe la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México la cual establece normas y regulaciones para promover la convivencia en el espacio público de la ciudad. En relación con el Street Art, específicamente los stickers, grafitis y otras formas de expresión artística callejera, la ley contiene disposiciones que regulan estas actividades. Algunos de los artículos pertinentes son:

Artículo 26 - Prohíbe rayar, grabar, pintar, marcar o colocar cualquier tipo de objeto sobre bienes muebles e inmuebles del espacio público sin autorización de la autoridad competente.

Artículo 27 - Establece que se considera una infracción administrativa grave realizar grafiti o pintar en bienes muebles o inmuebles sin autorización de la autoridad competente.

Artículo 28 - Contempla sanciones económicas y trabajos comunitarios para quienes incurran en la infracción establecida en el artículo 27.

Artículo 30 - Faculta a la autoridad competente para realizar acciones de prevención, vigilancia y limpieza de grafitis en el espacio público.

Estos son algunos de los artículos relevantes de la Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México en lo que respecta al acto vandálico del arte callejero. Es importante tener en cuenta que las regulaciones específicas y las sanciones pueden variar dependiendo de la interpretación de la ley por parte de las autoridades y las circunstancias específicas de cada uno de los casos (Ciudad, 2019)

1.5 De la idea al sticker

Parte del proceso creativo comienza desde una pequeña idea o concepto buscando transmitir un mensaje social, cultural o un diseño personal, simbólicamente significativo para quienes los crean. A diferencia de otras formas de expresiones urbanas, para el sticker se debe tener buena capacidad de síntesis para poder plasmar el mensaje en un formato pequeño. Para muchos la inspiración proviene de su entorno, experiencias personales, referencias culturales o simplemente experimentación estética. A partir de ahí se desarrollan bocetos previos en papel donde se definen los estilos gráficos y colores que representen mejor su mensaje.

Posteriormente digitalizan su boceto final en cualquier software para vectorizar su diseño, como Adobe Illustrator, eligiendo la técnica más apropiada para la impresión de su diseño, tomando en cuenta algunos factores como la durabilidad, el costo y la facilidad de reproducción. Siendo la técnica más común, la *serigrafía*, ya que permite su producción en serie en el menor tiempo posible.

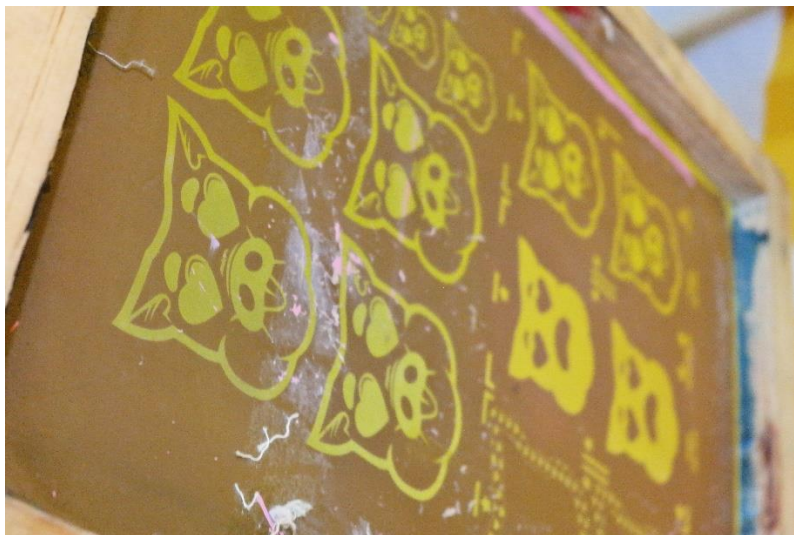
Así pues, dentro del sticker callejero se buscan plasmar un valor conceptual dentro de sus diseños, en base al mensaje que desean transmitir, por ejemplo, Mr. Fly quien es uno de los stickers mexicanos más reconocidos, ha conceptualizado su diseño de la mosca, claramente aludiendo a la contaminación visual que existe por parte de la propaganda política que hay en las calles. Teniendo en cuenta que en sus orígenes los artistas eran arrestados y multados, debido al daño al inmueble público que generaban, sin embargo, esto no ocurre con la propaganda política y anuncios publicitarios que inundan las calles de la ciudad sin tener consecuencias.

Tenemos a Ichis, una chica muy creativa que se está dando a conocer en la comunidad del sticker; su diseño principal es minimalista y caricaturesco de su rostro con una expresión facial de rebeldía enseñando la lengua, tiene el cabello rizado, amplio y voluminoso, reflejando su personalidad. También tiene otros diseños con una estética más oscura, además de ser una gran entusiasta del grafiti.

Por último, Sorking 67 artista del sticker urbano menciona que el diseño inicial que desarrollo surgió básicamente a raíz de una experiencia personal, el cual era un cerdito enamorado de ahí su lema por el cual es conocido por otros stickers dentro del medio *“El enamorado de su recuerdo”*. Incluso de ese mismo diseño han surgido una gran variedad de stickers manteniendo parte de la esencia original de su primer diseño, al grado de hacer colaboraciones con otros artistas, fusionando sus diseños y obteniendo nuevos y muy interesantes Stickers.

Figura 8

Marco de impresión



Nota. Taller de Sorking. Tomada por Isaac Benavides.

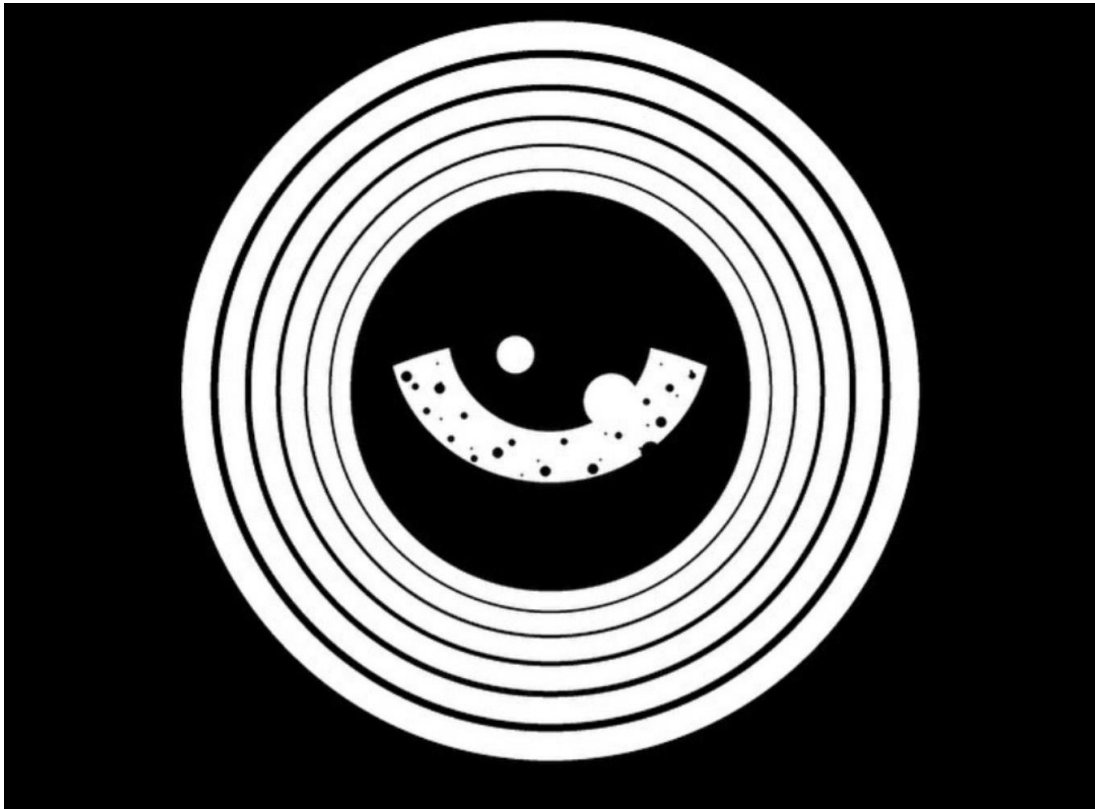
El sticker callejero es versátil y dinámico puesto que no necesariamente se queda en una sola versión; ya que a partir de un diseño base pueden generarse múltiples variaciones que enriquecen su impacto visual y simbólico. El diseño original funciona como un eje central, sin embargo, cada versión puede transmitir matices diferentes, combinando diferentes elementos visuales, convirtiéndose en una serie de diseños y manteniendo el interés del espectador al encontrarse con nuevas propuestas de un mismo creador.

A continuación, se presentan algunas variantes del diseño de un artista urbano del sticker:

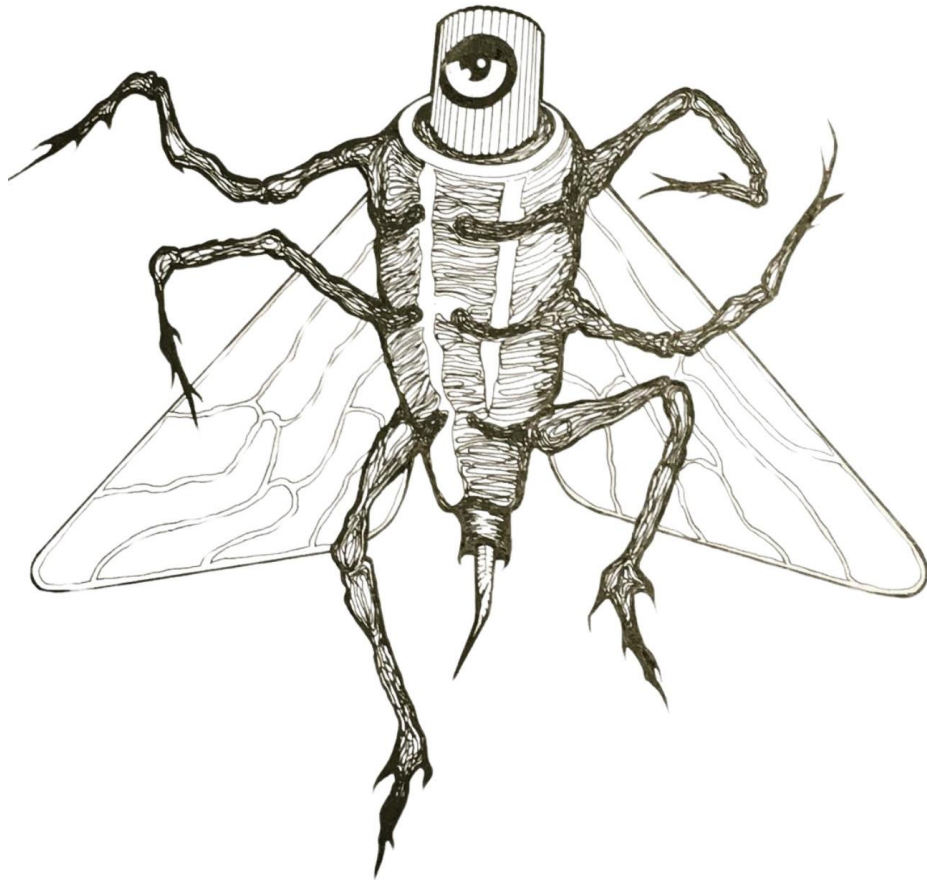
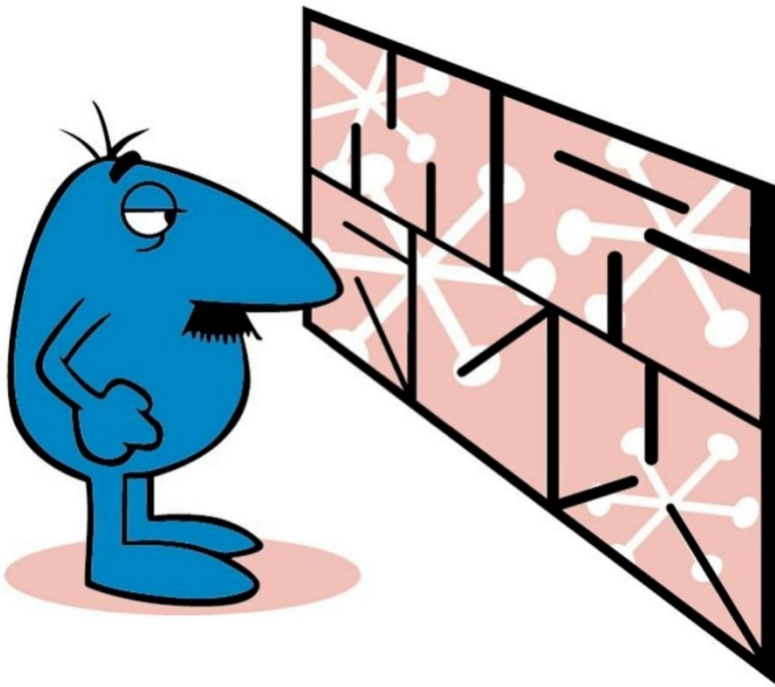
Galería













1.6 Conceptos clave:

El sticker urbano constituye un fenómeno cultural que aporta sentido de pertenencia e identidad para quienes plasman sus ideas en esta técnica gráfica. Al adentrarse más a esta forma de expresión, logran no solo la interacción con otros creadores, sino también con los mismos transeúntes que se relacionan cotidianamente con el sticker en el espacio público. De este modo se generan diversas posturas e interpretaciones, y es ahí donde se convierte en un acto de resistencia visual dentro de la ciudad.

1.6.1. Identidad

El concepto de identidad es justamente el sentido de pertenencia que tenemos de nosotros mismos, esto claramente en relación a nuestro entorno y cultura, los cuales tenemos interiorizados a partir de las experiencias tanto individuales como colectivas en la sociedad.

Tal como lo menciona el autor Gilberto Giménez:

...La identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado (Giménez, 2007)

De esta manera el concepto de identidad se inscribe en la tradición sociocultural, puesto que los Stickers dan un sentido de pertenencia a los artistas urbanos, quienes dotan de significado cada uno de sus diseños de forma individual y resignifican el espacio público, sin embargo, también se forma una identidad cultural colectiva, dentro de los intercambios masivos de Stickers en donde encuentran el sentido de pertenencia colectivo interactuando con otros artistas urbanos e intercambiando su grafica callejera.

1.6.2. Interacción

El concepto de interacción se encuentra estrechamente ligado a la comunicación, teniendo que haber una reciprocidad comunicativa entre sujetos dentro de un mismo contexto social, teniendo que compartir por lo menos la misma lengua para que de esta manera pueda existir un primer intercambio de ideas entre estos. De acuerdo con Goffman la interacción social va más allá de codificar y decodificar un mensaje, pues según este, “las interacciones son la realización regular y rutinaria de los encuentros” (Goffman, 1959).

Justamente cuando hablamos de interacción no solo nos referimos a la forma oral, puesto que también existen otros elementos que posibilitan dicha interacción como, los movimientos corporales y gestos faciales, los cuales tienen una gran potencia comunicativa para interactuar con otros.

Así pues, el concepto de interacción también se encuentra inscrito dentro de la tradición sociocultural, ya que la comunicación nos permite dar cuenta sobre dicha interacción entre los artistas urbanos con su entorno, permitiéndoles interactuar socialmente con su realidad ya sea que conozcan o no sobre el tema, dado que incluso personas que no forman parte de la expresión artística del sticker urbano también interactúan cotidianamente de manera visual, provocando distintas emociones y posturas al respecto.

1.6.3. Resistencia

El concepto de resistencia se relaciona con la desobediencia, la oposición, la lucha política, social o económica de una persona o distintos grupos sociales, frente a las injusticias de quienes ejercen poder sobre ellos. De acuerdo con Michel Foucault la resistencia es una forma de lucha contra el poder que no se basa en la negación o la oposición frontal, sino en la creación de nuevas formas de vida y subjetividad (Foucault, 1980).

Recordando que el sticker urbano surge a finales de los años 70 de la manifestación artística del Graffiti, a causa de que muchos graffiteros eran arrestados y multados por elementos de la policía al pegar su arte en espacios públicos, es por ello que los artistas urbanos buscaron la forma de resistir, encontrando como alternativa realizar diseños pequeños de sus graffitis en pegatinas adheribles, lo cual les permitió intervenir los espacios público y privados con mayor facilidad, sin embargo, también es importante mencionar que encamino a muchos artistas al diseño gráfico.

Según Giraldo Díaz (2008), para Foucault el concepto de resistencia permite “fragmentar el poder y generar nuevas formas de existencia que transforman la vida en una obra de arte”. Lo cual permitió al Graffiti existir a través del sticker urbano, llegando a tener actualmente mayor apertura y aceptación como expresión artística en la sociedad, esto se debe en gran medida al mercado del arte teniendo una perspectiva más comercial (Díaz, 2008).

Es por ello que el concepto de resistencia se inscribe dentro de la tradición semiótica, ya que los mismos creadores recurren al sticker urbano, como una forma de resistencia visual que les otorga libertad creativa y de expresión en las calles, estando ligado al espacio público, que es donde se desarrollan.

1.6.4. Espacio público

Dicho termino se entiende como el lugar de encuentro colectivo donde convergen distintas practicas sociales, culturales y políticas. Es el escenario donde se manifiestan identidades y resistencias, ya que en el entre cruzar dinámicas de control institucional con expresiones espontáneas de la ciudadanía. Es decir, el espacio publico tiene como características principales la accesibilidad, el uso colectivo, la vinculación y el derecho a la ciudad.

En este contexto, el sticker urbano en la Ciudad de México opera como un acto de resignificación del espacio público no solo transformando muros y fachadas, sino que

resignifica la historia, la memoria y el entorno social. Para los artistas, implica una apropiación simbólica del espacio y una forma de cuestionar los límites entre lo legal, lo artístico y lo político.

Luis Fernando Zapata señala que,

....*“en el Centro Histórico, el arte urbano ha moldeado identidades particulares al insertarse en calles patrimoniales, generando distintos juicios sociales entre quienes lo consideran una intervención cultural valiosa y quienes lo ven como una alteración al orden visual”* (Zapata, 2020).

1.7 ESTADO DEL ARTE:

Enfoque sistémico

Los enfoques sistémicos en comunicación son marcos teóricos que se centran en estudiar la comunicación desde una perspectiva holística, considerando no solo a los individuos como emisores y receptores de mensajes, sino también a los contextos y sistemas en los que se produce la comunicación, justamente para poder tener un amplio panorama, optamos por elegir a Bertalanffy para abordar los enfoques sistémicos al movimiento cultural del sticker.

El enfoque sistémico estudia y analiza los fenómenos sociales, culturales o artísticos no como elementos aislados, sino como sistemas que interactúan entre sí. Ludwig von Bertalanffy, explica en su *Teoría General de Sistemas (TGS)* los principios universales que componen un sistema, tales como la interdependencia, la totalidad, los sistemas abiertos, la jerarquía entre subsistemas y suprasistemas, la homeostasis y la retroalimentación.

Ludwig von Bertalanffy fue un teórico de sistemas reconocido por su trabajo en la teoría general de sistemas (TGS). Su enfoque sistémico busca comprender los sistemas como totalidades integradas, enfatizando las interrelaciones entre las partes y el todo. Bertalanffy argumentaba que muchas disciplinas, desde la biología hasta la sociología,

podían beneficiarse de un marco conceptual común basado en principios generales de organización. Su postulado dice que...*“el todo es más que la suma de sus partes”* (Bertalanffy, 1976)

En el contexto de los Stickers urbanos, los enfoques sistémicos pueden aplicarse de la siguiente manera:

Los creadores del sticker se pueden considerar como parte de un subsistema, al igual que sus agrupaciones o colectivos; en esta jerarquía de sistemas también encontramos a los transeúntes tanto a favor y en contra de esta práctica, así como las autoridades y los procesos legales; llegando a al suprasistema, el cual es su entorno urbano en el que habitan. El enfoque sistémico examinaría cómo dichas calcomanías interactúan con otros elementos del entorno urbano, como edificios, señales de tránsito; y como pueden influir en la percepción social, economía local, entre otros aspectos. El Sticker, está intrínsecamente ligado al contexto cultural y social en el que se producen y como estos aspectos influyen en la creación, difusión y recepción de los Stickers urbanos, así como en su impacto en el sistema urbano más amplio.

La cultura del sticker se considera como un sistema abierto, ya que no esta aislada de su entorno; intercambia constantemente información comunicando diferentes mensajes con sus diseños, además de estar conectada con otras formas de expresión en el Street Art, medios digitales, crítica social y política. Por ejemplo, desde sus inicios con el grafiti, haciendo denuncia social, buscando su lugar en el mundo o la adrenalina que genera al intervenir en el espacio público; los transeúntes que están en contra, denuncian a las autoridades estos actos vandálicos. Por lo que siempre han buscado una forma de permanecer en las calles, adaptándose a su contexto, es por ello que hoy vemos el sticker como una forma mas rápida de estar en las calles para evitar ser detenidos, aunque aun son vistos como criminales, siguen resistiendo para encontrar su identidad individual y colectiva.

Vemos como su sistema está estructurado, manteniendo su equilibrio entre sus entradas, proceso y salidas, a esto se le conoce como *homeostasis*; todo el sistema se mantiene equilibrado hasta que algo lo rompa. Podemos verlo claramente en los intercambios de Stickers, en los cuales se retroalimentan entre ellos, al dar y recibir sus calcomanías, conociendo diferentes perspectivas del Street Art, formando comunidad.

Interaccionismo simbólico:

Para este proyecto utilizaremos la teoría del interaccionismo simbólico, la cual es una teoría sociológica que se centra en el estudio de la interacción entre individuos y cómo esta interacción se lleva a cabo a través del uso de símbolos, significados y comunicación. Esta perspectiva sostiene que las personas atribuyen significados a las cosas basándose en sus propias interpretaciones y experiencias, y que estos significados influyen en su comportamiento. Por ello retomaremos algunos autores como Herbert Blumer, George H. Mead.

George Herbert Mead, era un filósofo y sociólogo estadounidense, fue profesor en la Universidad de Chicago; se le considera como el fundador del interaccionismo simbólico. *Mead distinguió entre dos aspectos del yo: el yo y el mí. El yo es la parte espontánea y creativa de nosotros mismos que responde a las situaciones. Es impredecible y representa nuestras reacciones inmediatas. El mí, en cambio es la parte de nosotros mismos que vemos a través de los ojos de los demás; es como creemos que nos perciben los demás* (Sociology.Institute, 2023).

Esto lo vemos reflejado, a partir de lo que buscan transmitir, en el yo podemos encontrar su proceso creativo, su visión del mundo y como buscan generar su propia voz. En el mí, lo podemos entender como el mensaje que se quiere comunicar a los demás, los símbolos que utilizaran para poder expresar su tesis, ya sea de una crítica social, darse a conocer, cuál es su propuesta creativa, como quieren ser vistos, etc.

Mead también propone el siguiente concepto: *El otro generalizado, funcionando como una brújula interna. Antes de actuar, solemos considerar no solo cómo podrían reaccionar individuos específicos, sino también cómo la sociedad en general juzgaría nuestro comportamiento* (Sociology.Institute, 2023). Lo podemos comprender como la acción vandálica de pegar Stickers en el espacio público, siendo en esta etapa en la que ya está interiorizado el yo y el mí, tomando en cuenta la necesidad de expresar una idea, crítica o concepto, teniendo en cuenta no solo la reacción de los transeúntes, sino que también toman en cuenta la reacción de las instituciones políticas y las leyes que pueden llegar a romper al invadir las calles con su gráfica.

Por otro lado, el interaccionismo simbólico es una teoría sociológica que se centra en cómo las personas atribuyen significados a los símbolos y cómo estos significados influyen en su comportamiento. De acuerdo a esta teoría, la realidad social se construye a través de la interacción simbólica entre individuos, donde los símbolos, gestos y signos tienen un papel fundamental en la comunicación y en la creación de significados compartidos.

Para Blumer, *las personas actúan de determinadas maneras hacia las cosas, en función del significado que esas cosas ya tienen, y esos significados se derivan de la interacción y se modifican a través de la interpretación* (Nickerson, 2025).

Blumer desarrollo tres premisas básicas dentro del interaccionismo simbólico:

La primera premisa es el significado, pues para Blumer, la realidad social se construye a través de la interacción simbólica, es decir, a través de la interpretación y el uso de símbolos. Los individuos atribuyen significados a las cosas y a las situaciones en función de cómo interpretan esos símbolos, y estos significados influyen en sus acciones y comportamientos.

La segunda premisa es la interacción, en donde sostiene que los seres humanos actúan hacia las cosas en función de los significados que esas cosas tienen para ellos. Estos significados surgen de la interacción social con otros individuos, en la medida en que se comunican y negocian significados compartidos.

Y por último la tercera premisa es la interpretación, Blumer resalta la importancia de la interpretación en la construcción de la realidad social. Las personas interpretan constantemente las situaciones y las acciones de los demás, y estas interpretaciones guían sus propias acciones y respuestas.

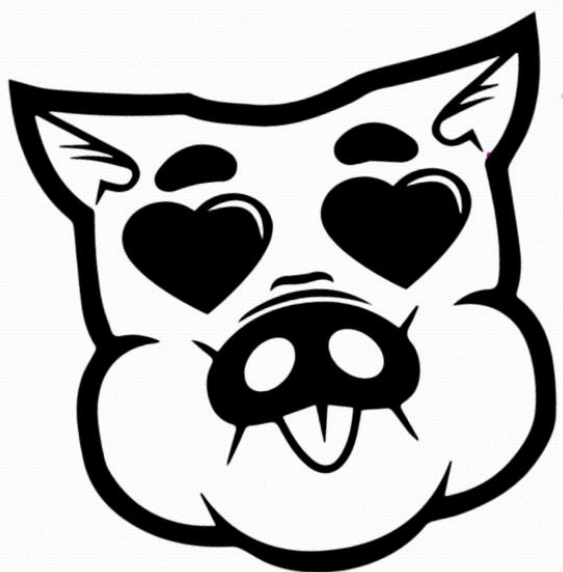
El sticker art es una forma de expresión que implica la creación de símbolos visuales que pueden tener significados diversos y que son colocados en entornos públicos para ser vistos por otros, formando una interrelación de las partes con el todo dentro de un sistema.

Desde la perspectiva del interaccionismo simbólico, el sticker urbano puede entenderse como un medio a través del cual los artistas pueden comunicar mensajes, expresar identidades o provocar reacciones en quienes interactúan con ellos visualmente. Los stickers pueden contener símbolos, imágenes o mensajes que tienen significados para el artista y para aquellos que interactúan de forma visual con los stickers, y estos significados pueden variar dependiendo el contexto social y cultural en el que se encuentren.

La intervención de los stickers y las respuestas de las personas que los observa son formas de interacción social que contribuyen a la construcción de significados compartidos en el entorno urbano, generando así un intercambio simbólico entre el artista, el transeúnte y el contexto social; es decir, el sticker urbano dentro del espacio público, tiene una gran carga simbólica.

De igual manera existe interacción social cuando se realizan los intercambios, en donde muchos exponentes del sticker participan, conociendo la identidad de quien está detrás del sticker, el cual también puede compartir su experiencia, motivaciones y el significado simbólico que le da a su diseño.

En conclusión, el interaccionismo simbólico proporciona un marco teórico útil para analizar el papel del sticker art como una forma de expresión simbólica en entornos urbanos, así como para comprender cómo los individuos interpretan y atribuyen significado a estas formas de arte en el contexto de sus interacciones sociales. Y se cumplen las tres premisas propuestas por Blumer significado, interacción e interpretación; de igual manera se cumple el yo, el mí y el otro generalizado de Mead.



CAPITULO

2



CAPITULO II: El medio audiovisual

2.1 Del medio y canal

Para los fines del proyecto “Estampando la Ciudad”, tomamos la decisión de producir un documental el cual nos permite mostrar de manera audiovisual el tema del sticker art en la Ciudad de México, esto a través de una secuencia narrativa mediante imágenes y sonidos, con la finalidad de informar y entretener a nuestro público, generando interés y reflexión acerca de lo que conlleva la expresión del sticker urbano dentro del contexto actual.

El género documental resulta ser el más adecuado para los objetivos comunicativos del proyecto, ya que por un lado buscamos dar a conocer el trabajo artístico de los exponentes del sticker urbano, así como también mostrar a personas interesadas en el sticker sobre la importancia del arte urbano como forma de expresión artística e informar a personas que desconocen sobre el sticker urbano, y las motivaciones de los stickereros desarrolladas en el documental.

Dicho documental tiene por título “Estampando la Ciudad” en donde se pretende mostrar distintos aspectos de la realidad social de los stickereros en la Ciudad de México y sus motivaciones, dándole voz y reconocimiento a su trabajo; utilizando recursos narrativos del lenguaje cinematográfico, como el movimiento de cámara, paneos, tilt, travel, doly, así como también distintos planos como el plano general, medio, detalle entre otros, para dar más dinamismo al contenido y encuadres cerrados para crear conexión entre los artistas y el público.

Además, como parte de la estrategia de difusión utilizaremos stickers con el código QR de la página web, los cuales serán distribuidos tanto en la universidad como en diferentes partes de la Ciudad de México, como el Faro Tláhuac, en los intercambios de stickers, puesto que es en donde podemos encontrar parte de nuestro público principal y colateral, para que puedan conocer un poco más acerca de la expresión del sticker art.

2.2 El documental como medio de realidad social.

El documental es un género cinematográfico que muestra de manera ordenada información acerca de un tema específico, su finalidad es capturar la realidad a través

de un medio audiovisual conformado por imágenes y sonidos, representando o recreando sucesos reales, los cuales pueden abordar distintas temáticas, por ejemplo, temas sociales, políticos, culturales, artísticos entre otros; mostrados a partir del discurso y mirada propuestas por el director.

Al respecto, el documentalista berlinés Edwin Leise menciona lo siguiente:

“Tanto en el tratamiento del guion como en el montaje de las imágenes y los sonidos, se ofrece siempre y en todos los films un punto de vista en la elección y en la ordenación de los materiales; tal punto de vista no hay duda de que es subjetivo, pues forma parte de la cultura y la visión que del mundo tiene el creador o el responsable último del trabajo que se quiere mostrar. Por lo tanto, la tan discutida objetividad informativa, documental, artística, no existe; sólo aflora a través del film el espíritu del cineasta y su manera de ver el mundo, en el supuesto, claro, que éste haya podido expresarse con libertad a través de su obra”.

Además, el documental tiene la capacidad de analizar o criticar aspectos de la sociedad, el cual puede cambiar o no la percepción que se tiene acerca del tema en donde claramente influye el contexto en el que se desarrolle el producto, de esta manera genera la opinión pública que puede ser un factor crucial en el éxito e impacto de un documental, ya que puede influir en su recepción, difusión, conciencia pública o presión para el cambio.

El 28 de diciembre de 1895, se proyectaron las primeras filmaciones gracias al cinematógrafo, un invento creado por los hermanos *Auguste y Louis Lumière*, el cual tuvo un gran impacto en la sociedad, surgiendo de esta manera, el nacimiento del cine. Las primeras filmaciones captaban situaciones cotidianas, como, por ejemplo, la multitud de gente que va caminando en las calles, la salida de los obreros de la fábrica y la llegada del tren a la estación. Prácticamente surgió el documental desde sus inicios ya que se retrataban hechos reales sin intención ficcional, sin embargo, el termino “documental” fue acuñado por el cineasta escocés *John Grierson* en los años veinte, uno de los documentales más popular de aquellos años fue “*Nanuk, el esquimal*” de *Robert J. Flaherty*. Nos gustaría cerrar este pequeño párrafo acerca de la historia del cine con una

pequeña frase que nos acompañara en este proyecto, para el destacado documentalista Michael Rabiger: “El mejor lugar para aprender sobre cine, es su propia vida, sus propios ojos, su propio corazón”.

Dicho género ha evolucionado a lo largo del tiempo, adoptando diferentes estilos y enfoques narrativos, dentro de los cuales se encuentran los documentales históricos, biográficos, testimoniales, de denuncia social etc. Que tienen su propio propósito y estilo, sin embargo, todos comparten el objetivo común de explorar y comprender desde diferentes perspectivas una representación auténtica de la realidad. El cineasta escocés John Grierson, menciona que el “Documental es el tratamiento creador de la realidad.”

Sin embargo, es importante mencionar que el documental como género cinematográfico del cine contemporáneo, también se debe tomar en cuenta el objetivo de entretener a la audiencia, dentro de la cual también influye la propuesta estética que el director considere adecuada, por lo que su documental debe tener identidad propia. *Como toda voz hablante, toda voz cinemática tiene un estilo o “grano” particular, que actúa como una firma o huella digital propia.* (Nichols, Introducción al documental, 2013, p.183)

Los realizadores tienen la gran responsabilidad de transmitir su mensaje de manera efectiva, ya que se puede utilizar como medio de aprendizaje en las escuelas y ser referente sobre el tema a tratar, tomando en cuenta que el género documental tiene la intención de educar y entretener al espectador. *El estatus del cine documental como prueba del mundo legitima su utilización como fuente de conocimiento.* (Nichols, 1997, p.14)

En párrafos anteriores se menciona que es importante la objetividad al realizar un documental, debido a que se puede utilizar como una fuente de conocimiento a futuro, lo que conlleva una gran responsabilidad de los realizadores con sus entrevistados y su público. Sin bien es cierto todo lo mencionado, varios documentalistas nos dicen que la objetividad se envuelve en la subjetividad del director, ya que cuenta con los recursos del lenguaje cinematográfico. Posicionar la cámara en un ángulo u otro, comunicar algo, la elección de los cortes en postproducción de las entrevistas lleva a sintetizar todo el material filmado, construyendo una narrativa que los realizadores consideren lo más apropiada posible para el mensaje que desean transmitir en su documental. “Los

documentalistas, al igual que los pintores, hacen sus distinciones críticas guiados por sus convicciones, su ideología, su interés por las formas y también ellos desean convencer. Pero un artista no es necesariamente un individuo que trabaja en solitario” (Rabiger, 2010, p.11). Se debe considerar que al grabar un documental no se tiene el control absoluto de lo que esta ocurriendo, es un trabajo arduo que requiere que los realizadores esten realmente bien informados del tema que va a tratar su proyecto para saber capturar lo que se quiere comunicar al espectador.

Todo lenguaje cinematografico parte de las tomas, angulos y movimientos de camara que se utilizan en conjunto para crear historias a traves de imágenes. Por lo que es necesario aprender a utilizar este lenguaje para saber transmitir lo que se quiere contar. Se le considera al director estadounidense, David W. Griffith como el padre del *lenguaje cinematografico*.

2.3 La visión del artista

Para este documental sobre el sticker art se abarcaran temas fundamentales como la identidad, la interacción y la resistencia. En el caso de la identidad, usaremos planos cerrados como el close-up, plano medio y subjetivo, con la finalidad de conectar a la audiencia con los artistas, ademas del plano detalle para apreciar los stickers. Camara en mano para dar seguimiento a su actividad de pegar estampas en las calles, planos generales para los intercambios o interacciones entre ellos y la ciudad.

Para la eleccion del tema, estuvimos en constante reflexion sobre que queriamos contar, la base era clara, “el arte urbano”, nos apasiona el estilo y las formas artísticas que existen para expresarse en las calles, en este caso nos enfocamos en el sticker. Por medio de experimentar y salir a las calles a grabar, detectamos que el proyecto era viable para nosotros. Como el autor Kevin J. Lindenmuth expreso en su libro, *Como Hacer documentales, guía práctica para iniciarse en la creación de documentales*. En el que aconseja de que los documentales pueden ser de cualquier tema, ya sea algo que te apasione o que se tenga la accesibilidad y recursos para su realización.

Bill Nichols menciona que hay seis modos documentales: modo poético, modo expositivo, modo observacional, modo participativo, modo expresivo y modo reflexivo.

Cada uno de ellos cuenta con diferentes características, en el documental puede predominar un modo, pero se puede usar los diferentes modos documentales para apoyar y enriquecer la estructura del producto audiovisual. Consideramos el modo expositivo ya que se utiliza para informar, en nuestro caso informar sobre el sticker art, *“Los documentales expositivos se basan en gran medida en la lógica informativa transmitida por la voz hablada. En un revés al énfasis tradicional en cine, las imágenes cumplen un papel de apoyo”* (Nichols, 2013, p.197)

Hoy mas que nunca, la posibilidad de hacer un documental a priori se debe al crecimiento exponencial de la tecnologia, la cual nos brinda las herramientas suficientes para llevar a cabo proyectos audiovisuales. Las redes sociales juegan un papel importante dentro de la sociedad, tales como instagram, youtube y tik tok. Esto a su vez, abre las puertas para que realizadores de documental y cine independiente puedan llegar al publico al cual va dirigido su producto audiovisual.

El poder de contar historias atravez del cine forma parte de aquellos que les resulta mas factible comunicarse por lo audiovisual, por lo menos es así como lo podemos apreciar desde nuestra experiencia. Es quiza la razón mas importante para nosotros seleccionar el documental, si bien lo ficcional tambien nos mueve, el poder de capturar la realidad desde la mirada de entusiastas en el septimo arte, nos dirige a explorarar este mundo del sticker art desde estas ganas de dedicarnos a la realización cinematografica, para poder transmitir conocimientos con la ayuda del lenguaje cinematografico.

2.4 ESTADO DEL ARTE DEL DOCUMENTAL:

Productos documentales sobre el Sticker Art.

Existen algunos documentales en torno al arte callejero, sin embargo, nos pudimos percatar que muchos de estos enfatizan más en el tema del grafiti, es decir mencionan el tema del sticker urbano, pero no profundizan mucho en ello. Además, es importante mencionar que algunos de estos documentales no son recientes, por lo cual resulta pertinente el realizar un documental dentro del contexto actual del sticker urbano.

“La Calle No Calla” es un documental del año 2007, producido por Aiwey Films en la Ciudad de México, dentro del cual se presentan entrevistas no solo con los mismos artistas urbanos, sino que también, con instituciones de gobierno, sociedad civil y extranjeros. Explicando lo que es el Street Art, de voz propia de los artistas urbanos, reflexionando sobre la función y alcance que tiene el arte callejero como medio de expresión a través del cual pueden generar una identidad ya sea de forma individual o colectiva (Aiwey, 2019).

En este documental participaron artistas como Acamochi, Mr. Fly y el Dr. Rabias grandes exponentes del arte urbano. La propuesta estética se basa en no mostrar por completo el rostro de los entrevistados, en donde expresan su perspectiva y opinión acerca del arte callejero, teniendo las posturas de los mismos artistas urbanos como de algunas personas de instituciones de gobierno e integrando tomas que muestran las calles intervenidas por el arte callejero y música urbana de acuerdo al tema.

Otro de los referentes es el documental “Wall Writers” del 2016, documental que muestra a través de testimonios el surgimiento del graffiti por las calles de Nueva York y Filadelfia durante los años 60, con los pioneros de esta expresión urbana como CORNBREAD, TAKI 183 y SNAKE1, etc. Quienes expresan lo que significó para ellos el formar parte de esta manifestación urbana, encontrando una identidad colectiva interactuando con otros escritores del graffiti.

Además, finalizan con la recopilación de algunos transeúntes para conocer su opinión acerca de las pintas en el espacio público, lo cual genera opiniones divididas a favor en contra. La propuesta estética de este documental se basa en presentar cronológicamente el origen y evolución del graffiti, esto además de mostrar el impacto que tuvo durante los años 60, a través de una crítica social entorno al arte callejero, utilizando diferentes recursos audiovisuales como imágenes, videos de las calles y sonidos como la banda sonora con un estilo muy urbano.

De igual manera, “Sticker Bombing and Paste UP” es un corto documental del año 2020, producido por ZO. Studio en donde se aborda en términos generales lo que es el sticker urbano en la Ciudad de México, como un poco de los conocidos intercambios de stickers, lugar en donde interactuando más personas que realizan arte callejero, por otro lado, también aborda el paste up, el cual es otro estilo del arte urbano.

La propuesta estética de este corto documental es básicamente las diferentes tomas, movimientos de cámara y encuadres que al momento de hacer el montaje en la etapa de postproducción hacen más dinámico y fluido el producto; además, del sonido con la voz en off que narra lo que sucede para dar contexto y la banda sonora que de igual manera es un recurso importante para atraer la atención del espectador.

“Comun-Sticker” Lenguajes adhesivos del 2020, es una exposición digital del programa Alas Raíces, de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, el cual muestra el valor comunicativo que tiene el sticker urbano, visibilizando parte de la evolución de su historia como un proceso de construcción. Dentro del cual participaron tanto creadores, diseñadores, coleccionistas, jóvenes, adultos, transeúntes, etc. La propuesta estética de este proyecto se basa en dividir la información en capsulas informativas en torno al sticker urbano, desde que es el sticker, el proceso creativo y sus técnicas de producción en relación a la forma comunicativa del sticker, con apoyo visual de los mismos.

Es gracias a la investigación de referentes que se realizó para poder encontrar dichos productos relacionados a nuestro producto comunicativo, de los cuales surgen ideas para generar una propuesta estética especialmente para el documental.

El documental: Consejos a documentalistas de Michael Rabiger, es un video de YouTube, del canal ZoomF7, dedicado a la crítica e investigación cinematográfica, además de contar con una página web en la que puedes encontrar libros sobre el cine y documental de varios autores destacados, como en el caso de este video, en el que enlistan una serie de consejos de Michael Rabiger, sobre la realización de los documentales.

Otro video referente que utilizamos fue del canal de YouTube llamado ZEPfilms: *El nacimiento del cine I historia del cine*, del cineasta argentino Nicolás Amelio-Ortiz. En este video da una explicación sobre los inicios del séptimo arte, que va desde la creación del cinematógrafo, el cine mudo hasta las aportaciones importantes al cine por George Melies.

Conclusiones

En conclusión, el tener que adentrarnos a las raíces del cine, enfocado al documental, nos dio una perspectiva más amplia sobre como entrar en acción a este género cinematográfico, capturar la realidad de diferentes artistas que se dedican al sticker, acompañados de las herramientas del séptimo arte, combinando diferentes estilos documentales nos lleva a una visión más creativa sobre nuestro proyecto.

El producir un documental sobre el sticker urbano en la actualidad es relevante, puesto que el arte urbano hoy en día ha tenido mayor apertura y aceptación por parte de la sociedad, sin embargo, los documentales que existen no son recientes, lo cual resulta interesante para el proyecto el poder darle una perspectiva diferente y actual.

Cabe mencionar que el género documental resulta el más indicado para profundizar el tema del sticker urbano y cuáles son esas motivaciones que tienen los stickers para realizarlos, además de mostrar a las personas que desconocen sobre el sticker urbano lo que implica esta práctica como expresión artística contemporánea de arte urbano.

La importancia de este producto audiovisual es conocer de voz propia de los principales actores dentro de la escena urbana, para conocer sus motivaciones, sus estilos y su participación dentro del sticker art.



CAPITULO 3

CAPITULO III: EL PRODUCTO Y SU PROCESO

3.- CARPETA DE PRODUCCIÓN

3.1 Título: Estampando la Ciudad

3.2 SINOPSIS

Una gran cantidad de stickeros utilizan la gráfica urbana como medio para expresarse y estar presentes en espacios públicos de la ciudad de México. La intención de este documental es mostrar el sticker como una forma de resistencia, identidad e interacción entre dicha gráfica y las calles.

3.3 GÉNERO: Documental.

3.4 MODALIDAD: Documental informativo y observacional.

3.5 OBJETIVOS:

3.5.1. Objetivos Comunicativos

- Exponer el fenómeno del sticker urbano como parte de la identidad visual de la Ciudad de México.
- Difundir la gráfica urbana de los creadores del sticker, desde sus motivaciones, estilos y procesos creativos.
- Mostrar a la audiencia el valor cultural y social del sticker como forma de expresión dentro del espacio público.

3.5.2. Objetivos de investigación

- Conocer las motivaciones que impulsan a esos creadores urbanos para utilizar el sticker como medio de expresión y la intención detrás de sus diseños.
- Explorar distintos espacios en los que interactúan entre ellos, en los cuales intercambian sus diseños y generan comunidad.

3.5.3. Objetivos culturales

- Promover el trabajo de los creadores del sticker, que encuentran en la calle un medio de expresión, identidad, interacción y resistencia cultural.

- Difundir como el fenómeno del sticker transforma diversos elementos cotidianos del entorno urbano en soportes de identidad, humor y crítica social

3.6 JUSTIFICACIÓN:

Consideramos que actualmente, existe mayor apertura tanto social como cultural respecto al Street Art, en sus distintas técnicas y estilos. Sin embargo, este proyecto surge del interés por explorar el arte urbano en la Ciudad de México, específicamente la práctica del sticker como forma de expresión gráfica y social, siendo un recurso aparentemente sencillo, pero funcionando como una voz en el espacio público, transmitiendo temas sociales, políticos o personales; así como sus experiencias, procesos creativos y motivaciones. Resultando relevante, estudiar este fenómeno desde el campo de la comunicación y la cultura, observando como interactúa dicha gráfica en el entorno urbano.

3.7 PROCESO CREATIVO

El interés de realizar un proyecto enfocado en los stickers surgió a partir de la curiosidad de conocer esas pequeñas calcomanías pegadas en diversos objetos de las calles como postes, señalamientos, semáforos entre otros lugares durante nuestro trayecto a la universidad. De igual manera optamos por realizar un producto audiovisual, ya que el video es un medio que nos apasiona, llegando a la conclusión de elegir el género documental para mostrar el fenómeno del sticker urbano. Mas allá de su carácter gráfico, el sticker constituye un lenguaje visual que refleja identidad, resistencia e interacción.

Durante las primeras etapas, nos propusimos a investigar sobre los antecedentes de esta técnica gráfica para tener mayor contexto. En la parte bibliográfica encontramos algunos libros y artículos digitales como: *Stickers D.F.* (Flavio Montesoro), *Sticker Art México* (Carlos Gorbea), *COMUN-STICKER: Lenguajes Adhesivos* (Alas y Raíces). Así mismo para las referencias audiovisuales encontramos videos documentales como: *La Calle de No Calla/ Documental* (Aiwey), *Wall Writers*, *Historia del Street Art* (DeGraffiti) y *Sticker Bombing and Paste Up* (Claroscuro). Los cuales sirvieron de inspiración para la construcción del documental.

El documental se planteó como un recorrido visual y testimonial con algunos exponentes y creadores del sticker urbano de la Ciudad de México quienes desde sus propias experiencias nos compartieron que es lo que implica para ellos utilizar el sticker como medio de expresión. Durante la investigación, realizamos pruebas de campo, teniendo un primer acercamiento con dichos creadores para diseñar distintas maquetas audiovisuales, esto con la intención de mostrarlas a nuestro público meta, el cual se conforma de jóvenes y adultos de 15 a 35 años.

Para la construcción de la narrativa se tomó la decisión de utilizar los elementos que funcionaron a lo largo de las maquetas audiovisuales, teniendo una mezcla expositiva, observacional y poética. Para el expositivo, utilizamos entrevistas con diferentes creadores del sticker con cámara fija y voz en off añadiendo ritmo con diferentes encuadres y ángulos fotográficos para darle mayor dinamismo, incorporando planos detalle de los stickers; optando por mostrar tres visiones diferentes: Mr. Fly como pionero en esta técnica gráfica en la Ciudad de México, Sorking como un artesano actual y por último tenemos a Ichis como parte de las futuras exponentes del sticker. Para el enfoque observacional se registraron tomas de las calles y eventos masivos de intercambios del sticker. Por último, elegimos incorporar la narrativa poética, con las secuencias musicales tanto de los intercambios de stickers, la presentación de los entrevistados y la unificación de los tres protagonistas.

Nos inclinamos por usar luz natural, para reforzar el realismo en su mayoría con tonos cálidos, otorgando autenticidad y resaltando los colores vivos de los stickers, dándole una visión diferente al espacio público de la ciudad. Para llevar a cabo esta idea, optamos por un montaje rítmico y dinámico, esto con el fin de transmitir la rapidez de colocar un sticker en cualquier lugar.

El reto más grande fue el planificar lo que queríamos contar y de qué manera lo transmitiríamos al público, surgiendo diferentes cambios durante todo el proceso. En ocasiones nos quedábamos sin ideas o no llegábamos a coincidir en alguna propuesta, esto generó retrasos en la ejecución del documental. También surgieron problemas en las filmaciones, ya que, por tiempos de agendas de los entrevistados, resultaba complicado volver a organizar la entrevista. En el apartado fotográfico nos percatamos

de que nos faltaban tomas complementarias que ayudarían a mostrar mejor lo que nos compartieron durante la entrevista. En el montaje, se nos presentaron muchas complicaciones, debido que usamos un nuevo software de edición, la renderización fallaba en ocasiones y la selección del material audiovisual fue lento debido a que contábamos con mas de 5 horas grabadas. A pesar de las dificultades, sabíamos que rendirse no era una opción por lo que seguimos resistiendo, practicando y aprendiendo durante todo este viaje, llegando a tener una gran experiencia con nuestro documental.

3.8 PROPUESTA ESTÉTICA:

La propuesta estética responde directamente al objetivo de otorgar coherencia entre el contenido y la forma audiovisual. Se busco transmitir, mediante el uso de recursos visuales y sonoros una estética urbana, evocando dinamismo, colores y caos urbano. En el aspecto audiovisual, se decidió trabajar con tomas en movimiento partiendo de la rapidez en la que se colocan los stickers en los espacios públicos, tomando en cuenta algunas referencias visuales: La Calle de No Calla/ Documental (Aiwey), Wall Writers, Historia del Street Art (DeGraffiti) y Sticker Bombing and Paste Up (Claroescuro), 8 mile (2002) y Spider-Man: Into The Spider-Verse

La visión del documental es retratar una estética urbana y dinámica, visualmente contrastante, reflejando la energía vibrante de la Ciudad de México. Combinando una paleta cromática, dominada por tonos cálidos, resaltando colores vibrantes de los stickers que irrumpen objetos del espacio urbano. Para el tratamiento de la fotografía, utilizamos en varias ocasiones cámara en mano para transmitir el movimiento, lo efímero y la rapidez de la ciudad; planos detalle de la gráfica urbana desde la cantidad de stickers en un mismo espacio hasta el desgaste natural de alguno de ellos. Alternando con planos generales para contextualizar la interacción que comparten entre ellos mismos y las calles.

El montaje tiene un ritmo ágil con cortes que enfatizan la acción rápida de pegar un sticker intercalando momentos más pausados para reflexionar sobre su significado cultural. Usamos diferentes efectos de video, como los glitch, transiciones de luz y de grafiti para darle una personalidad más artística y con un sentido de falla para mostrar la imperfección, lo ilegal y aun así resistir. Para el diseño sonoro se integraron distintos

sonidos propios de la ciudad (transeúntes, vehículos, vendedores ambulantes, silencios, etc.), además de mezclar pistas musicales con un estilo urbano para reforzar la identidad callejera de este fenómeno. Además, decidimos utilizar un sonido detallado de un sticker al despegarse al inicio y final del documental; empezamos con el logo de la UACM escuchándose el sonido ya mencionado y al final de los créditos finales utilizamos el mismo sonido, pero esta vez con un ecualizador para darle un eco que nos dice en su subtexto que la gráfica del sticker resistirá con el pasar del tiempo.

La intención es que el espectador experimente y tenga una perspectiva de la ciudad, no solo como un espacio de tránsito, sino como un lienzo vivo intervenido constantemente por la gráfica urbana. Se incluyeron textos para los nombres de los entrevistados, el título de nuestra productora y el nombre del documental con estilo urbano, las tipografías utilizadas fueron las siguientes: Burnout, Battery Park, Gótico, Chiller y Anton. Los nombres de los entrevistados aparecen con animación de movimiento incluyendo una estética urbana con luces de colores, acompañado de un sonido de aerosol, evocando los grafitis.

3.9 PROCESO TÉCNICO

El proceso técnico de este documental nos permitió llevar a cabo la materialización de nuestra propuesta estética y creativa. Para este apartado, se mencionarán los materiales técnicos seleccionados, los cuales fueron de mucha utilidad durante las tres etapas del proyecto: preproducción, producción y postproducción.

Durante la preproducción, nos enfocamos en los recursos que ya teníamos a nuestra disposición, teniendo en cuenta las limitaciones y aspectos que no podíamos controlar al 100%. Para el apartado visual, contamos con una cámara digital Samsung NX2000 con resolución a 1080p, acompañada de un lente 20-50 mm, y un trípode Solidex semiprofesional. También dentro del mismo apartado visual, específicamente en tomas con movimiento, utilizamos un celular Samsung Galaxy S22 Ultra con una resolución FHD a 60fps, montado sobre un Gimbal Dji Osmo Mobile Inteligente de 3 ejes.

En cuanto al registro sonoro, utilizamos un micrófono de solapa alámbrico de la marca BOYA con entrada Jack 3.5 para las entrevistas. De igual manera, contamos con una

Tablet Galaxy S9 FE, con la cual se realizó la investigación de campo, recolectando información que posteriormente complementaría al sustento teórico

El plan de rodaje comenzó el 27 de agosto del año 2024. En donde nos repartimos las funciones clave para las filmaciones: Isaac Benavides Reyes se encargó de la dirección de fotografía, organización, producción y logística; mientras que Fredi Benavides Reyes quedó a cargo del sonido directo, la conducción de entrevistas y la edición del documental.

Una vez agendada la entrevista con cada uno de los protagonistas del proyecto, desarrollamos un cronograma de actividades, dentro del cual destaca, los días de las entrevistas, los intercambios masivos de stickers, las asesorías con nuestro director del proyecto, el profesor Martín Hernández. Además, agregamos una escaleta, para la visualización de encuadres, ángulos y movimientos de cámara.

Durante la filmación utilizamos como recurso principal luz natural para la realización de las distintas entrevistas en diferentes locaciones de la Ciudad de México, entre ellas: El Monumento a la Revolución, Plaza Tlaxcoaque, PARCUR Chapultepec, Parque Coyoacán, Faro Oriente y el centro cultural Casa Talavera. Explorando todo lo que implica la gráfica urbana, lo que aportó un realismo visualmente coherente.

Como parte de la producción, se esquematizó un plan de rodaje organizado en jornadas de 4 a 6 horas, distribuidas en varias semanas para adaptarse a la disponibilidad de los entrevistados y el equipo de producción del documental. Registrando tanto escenas planificadas, como situaciones espontáneas propias del entorno urbano priorizando el uso de luz natural con la intención de mantener un estilo realista y cercano. Además, se buscó una estética dinámica mediante el uso de tomas fijas, cámara a mano y tomas con movimiento, tratando de capturar espacios en donde resaltarán la gráfica urbana, como parte de la estética visual del documental. Asimismo, complementando el diseño sonoro, se optó por capturar sonido ambiente que reflejara el ruido urbano.

La edición del documental se realizó principalmente en Da Vinci Resolve 19, y para algunos efectos de video prácticos utilizamos CapCut Pro. Fue un reto para nosotros ya que, una vez hechas las entrevistas, empezamos agruparlas por carpetas distintas, con

su debida fecha y el nombre del entrevistado. En este punto, ya habíamos utilizado anteriormente Filmora, para las maquetas de Seminario de Titulación. Por ende, buscamos superarnos y aprender a manejar un nuevo software para la edición del documental, es por ello que seleccionamos a Da Vinci Resolve, un programa de edición, desarrollado por la compañía Blackmagic, especializados en la fabricación de tecnología enfocada en el mercado audiovisual. Este software de edición Incorpora todas las áreas importantes para la postproducción, como la corrección de color, efectos visuales (Fusión) y audio (Fairlight).

Es de suma importancia la postproducción, debido a la selección y unificación del material grabado para darle sentido narrativo adecuado a lo que estábamos buscando. Como, Pero Grullo afirmaba, las películas se hacen en la sala de montaje. Iniciamos en nuestra time line, con la selección de los clips, una vez que sincronizamos audio y video de cada entrevista, empezamos a armar la narrativa que diera sentido a nuestro documental. Una vez terminado el esqueleto narrativo, empezamos con el diseño sonoro, para las voces de los entrevistados utilizamos dos canales de audio en modo Mono normalizando la voz a -9db, para los sonidos ambientales y la música en modo Stereo normalizamos 12db. Para el video hicimos una corrección de color en las secuencias con música, agregamos transiciones estilo glitch y comic.

Finalmente, el documental fue exportado en formato MP4, resolución 1080p (Full HD), a 30 fps, formato horizontal con una relación de aspecto 16:9, especial para proyecciones académicas, festivales y su distribución digital, con una duración aproximada de 41 minutos.

3.10 PÚBLICO META: Dirigido a personas, que van de los 15 a 35 años, ambos sexos, con niveles socioeconómicos: Clase Media, Clase Media Baja y Clase Baja.

3.11 RECURSOS HUMANOS:

Isaac Benavides Reyes

- Dirección de Fotografía

- Productor ejecutivo
- Director de arte
- Iluminación
- Scouting

Fredi Benavides Reyes

- Dirección
- Relaciones públicas y entrevistas
- Montaje
- Diseño sonoro
- Scouting

3.12 SCOUTING:

Para la realización del proyecto, el profesor Leonel Sagahón Campero, quien nos impartió las dos materias de seminario de titulación, nos dio la tarea de comprobar la viabilidad de llevar a cabo el documental. El scouting constituyó en gran medida la planeación del rodaje, ya que nos permitió identificar las locaciones para las entrevistas y para mostrar el fenómeno cultural del sticker en la Ciudad de México.

Durante esta etapa, se documentaron las diferentes locaciones: nivel de ruido, iluminación natural, ubicación, seguridad, transporte y tiempo de filmación. Además de realizar trabajo de campo, observando y llevando un registro fotográfico y sonoro que posteriormente sirvieron como referencia para la propuesta estética. A continuación, se mencionarán en forma de lista, las locaciones donde se obtuvo información pertinente.

- **UACM San Lorenzo Tezonco:**

Nuestro primer acercamiento al sticker urbano fue gracias a Maeer, artista visual con quien pudimos obtener información relevante, la cual nos ayudó a plantear bien las bases del proyecto. Entrando en mayor contexto a todo lo que conlleva esta técnica urbana en el espacio público y explicándonos el significado que le da a su diseño.

- **UACM San Lorenzo Tezonco:**

Contactamos a Sorking mejor conocido en las redes sociales como: “El enamorado de su recuerdo”, grabando una entrevista para llevar acabo nuestra segunda maqueta audiovisual, logrando generar el interés del público por conocer más acerca de las distintas técnicas y estilos que el utiliza para la creación de sus diseños.

- **Monumento de la Revolución (Intercambio de Stickers):**

En esta ocasión acudimos a nuestro primer intercambio masivo de stickers llamado “*Malditos Intercambios*”, evento en donde pudimos observar por primera vez como es la interacción entre ellos dentro del espacio público. Teniendo así la oportunidad de recolectar algunas entrevistas con distintos creadores del sticker, justamente para conocer la perspectiva de cada uno de ellos desde realizar su propio diseño hasta el intercambio de su gráfica por la de otros que comparten su afición por pegar en las calles. Siendo muy notorio el interés de muchos de ellos por participar en el documental, después de darles una pequeña explicación de lo que buscábamos transmitir.

- **Taller de Sorking**

Agendamos una segunda entrevista con Sorking, esta vez en su taller, para registrar el proceso de impresión de un sticker con la técnica de la serigrafía, aprovechamos la visita para la impresión de nuestro primer sticker con el diseño de una cámara de cine, expresando nuestra pasión por el séptimo arte. Siendo sin duda alguna una experiencia enriquecedora e inspiradora, llegando a la conclusión de agregarlo como uno de los protagonistas del documental.

- **Plaza Tlaxcoaque:**

Empezamos a seguir la cuenta de *Malditos Intercambios*, los cuales se organizaron un evento que unifica diferentes disciplinas del Street art reunidas: sticker, graffiti, skate, y ciclismo. Grabamos y tomamos fotografías, conocimos a

más stickeros, entre ellos a el *Razpa*, el cual pudimos entrevistar para saber mas acerca de la comunidad del sticker y de los espacios en donde ellos interactúan directamente con el espacio público.

- **Centro Cultural Casa Talavera:**

A partir de la información recabada en estos intercambios, pudimos localizar a Mr. Fly, artista grafico urbano y referente destacado del Street art en la Ciudad de México. Con quien pudimos agendar una entrevista para conocer un poco más de los antecedentes del sticker urbano.

- **Faro Oriente:**

Estuvimos buscando a nuevos artistas urbanos en redes sociales contactando así a Ichis quien empezaba a usar esta técnica urbana, llamándonos la atención su diseño. Tomando la decisión de integrarla al documental, pues queríamos tener diferentes perspectivas del sticker.

- **Parque Coyoacán:**

El tercer intercambio de stickers al que asistimos, en donde encontramos reunidos a Ichis y Sorking, con quienes hemos tenido un acercamiento más personal para generar confianza en ellos, haciendo que las entrevistas fueran más relajadas para ellos. En medio de las filmaciones, llegaron las autoridades cancelando dicha reunión de forma pacífica, teniendo que retirarnos del lugar.

- **PARCUR Chapultepec:**

En esta ocasión nos limitamos a observar de cerca este intercambio de stickers, solo recopilamos diferentes tomas del lugar, al ser un lugar amplio, seleccionamos el lugar en donde se realizaría una entrevista con Sorking. El lugar tenía música, rampas para patinar, paredes para grafitear y postes para pegar sus stickers, haciendo más dinámicas entre diferentes técnicas artísticas. Así mismo tomando fotografías de los spots, donde se puede apreciar detalladamente su gráfica.

3.13 GUÍA DE PREGUNTAS (tentativas):

Guía para Mr. Fly

1. ¿Cuál fue tu primer contacto con este tipo de arte y qué te motivó a explorar esta técnica?
2. ¿Cuál es la historia detrás del seudónimo, Mr. Fly?
3. ¿Qué simboliza para ti y como se conecta con tu identidad como artista?
4. ¿Qué hace al sticker único de otras formas de expresión en la calle como el grafiti o muralismo?
5. ¿Cuáles crees que son las principales influencias o movimientos que inspiraron el arte del sticker en México?
6. ¿Qué elementos culturales crees que influyeron en el estilo y el mensaje de los stickers en México?
7. Desde que iniciaste, ¿qué cambios has notado en la escena y en la percepción del sticker como arte?
8. ¿Qué impacto crees que tienen los stickers en el entorno urbano y en las personas que lo ven?
9. ¿Cuál es tu perspectiva sobre el futuro del arte del sticker en México?

Identidad

1. ¿Cómo describirías tu identidad como artista dentro de la cultura del sticker?
2. ¿Qué elementos o símbolos utilizas en tus stickers que representen quién eres o de dónde eres?
3. ¿Qué historias personales o sociales buscas expresar a través de tus stickers?

Resistencia

4. ¿Consideras que el sticker art es una forma de resistencia? ¿Por qué?
5. ¿Te has enfrentado a alguna oposición o censura por parte de las autoridades o de la comunidad?
6. ¿Qué mensaje de resistencia o cambio intentas comunicar con tus stickers?

Interacción

7. ¿Cómo esperas que la gente interactúe con tus stickers en los espacios públicos?
8. ¿Has tenido algún tipo de respuesta o retroalimentación de quienes encuentran tus stickers en las calles?
9. ¿Qué papel crees que juega la comunidad en el desarrollo y la difusión del sticker art?

Motivación

10. ¿Qué te llevo a elegir el sticker art como medio de expresión?
11. ¿Qué te inspira en tu día a día para seguir creando y pegando stickers en distintos lugares?
12. ¿Qué impacto te gustaría que tu arte tuviera en las personas que lo ven?

Proceso creativo

13. ¿Cómo es tu proceso creativo desde la idea inicial hasta el sticker terminado?
14. ¿Qué materiales y técnicas prefieres utilizar para crear tus stickers?
15. ¿Cuál es el lugar más significativo en el que has colocado uno de tus stickers y por qué lo elegiste?

3.14 ESCALETA:

ESCALETA:

A continuación, presentamos la escaleta del documental, sirviendo como guía de lo que queríamos expresar, agregando elementos técnicos y narrativos conforme las filmaciones y posteriormente su unificación en el montaje.

VIDEO	SONIDO	ENTRADA	SALIDA
Apertura de cortinilla de entrada, con el logo UACM y nuestra productora Street Brothers.	Sonido detallado del sticker al despegarse. Ruido ambiente de la calle y entra sutilmente música ambiente.	0:00	0:14
Secuencia con diferentes planos de stickers en diferentes partes de la ciudad. El título: Estampando la ciudad, en un fondo negro y con la tipografía de color azul.	Música extra diegética, los tonos suben y hay un sonido de impacto en el título, con sonidos de distorsión.	0:14	0:50
Pasamos a un plano medio de MR. FLY, hay un fondo con elementos gráficos de la oficina del entrevistado. En medio de su respuesta, fotografías de stickers de Acamonchi y York con un efecto de cine clásico.	Voz directa de Mr. Fly con micrófono de solapa, sonido ambiente de la calle, sonido de rollo de cine.	0:50	2:45
Plano medio de Mr. Fly, en el transcurso de su respuesta, tenemos tomas de recurso, en cámara en mano, en donde nuestro entrevistado interviene con su sticker, pegándolo en una ventana llena de stickers.	Audio de la entrevista, música de fondo estilo urbano.	2:45	3:47
Inserción de fotografías de los diferentes diseños de Mr. Fly haciendo referencia a la bandera de México cambiando el águila por una mosca. Entrevista en plano medio.	Audio de la entrevista, con sonido ambiente de rollo cine. Sonido de moscas volando.	3:47	4:20

Mr. Fly muestra sus stickers mas representativos sobre la mesa, en un plano detalle. Plano medio del artista, con un sutil travelling corto lateral, observamos algunos stickers de Mr. Fly pegados en un estante.	Voz en off del artista, audio de la entrevista, sonido ambiente de la calle y música ambiental.	4:20	4:53
Pasamos rápidamente con ICHIS, con una transición de luz. Hacemos un paneo con dirección a la artista caminando, al fondo hay diferentes graffitis. Pasamos a un plano medio de Ichis.	Música urbana, hay un sonido de rayo al ponerse el nombre de Ichis en pantalla, además del audio de la entrevista.	4:53	5:17
Pasamos a un paneo mostrando las instalaciones del Faro Oriente, luego a un plano medio de Ichis, en el fondo tenemos una pared con un grafiti. Tomas complementarias, mostrando el taller de stickers mostrando el trabajo que se lleva a cabo en ese lugar.	Voz en off, sonido ambiente, música tranquila. Audio de la entrevista grabada con un micrófono de solapa.	5:17	6:03
Tenemos un plano medio de Ichis. Mezclando tomas de grafititis, aerosoles y una fotografía del diseño de Tzu.	Audio de la entrevistada, sonido de aerosoles.	6:03	6:46
Plano detalle con angulación cenital, hay stickers en una mesa. Volvemos a un plano medio de la exponente del sticker urbano, con diferentes tomas de sus diseños.	Audio de la entrevistada. Sonido ambiente del taller. Voz en off de Ichis.	6:46	7:35
Pasamos rápidamente con una transición, al siguiente entrevistado: SORKING. Empezamos con la cámara baja, en plano detalle de los pies del artista caminando de izquierda a derecha, seguimos al artista con un paneo ascendente hasta llegar a un plano medio de Sorking pegando un sticker.	Transición sonora. Pista instrumental con ritmo callejero Hip Hop. Voz en off de Sorking. Efectos sonoros de grafiti y de transiciones.	7:35	8:03

Movimiento circular, alrededor de Sork, aparece su nombre en pantalla, con estilo de grafiti.			
Plano medio de Sorkin, el fondo esta desenfocado sutilmente, hay escaleras de color amarillo con grafica de diferentes grafiteros. Pasamos a un tilt down, en plano detalle a sus manos, sosteniendo stickers de su autoría.	Audio de la voz de Sorking, con sonido ambiente callejero, con sonidos de latas de aerosol.	8:03	8:47
Tenemos a cuadro un video de la creación de un diseño digital de Sorking.	Voz en off de Sorking. Efecto de sonido tipo glitch. Música de fondo.	8:47	9:06
Plano detalle de las manos de Sorking sosteniendo dos de sus diseños. Plano medio de Sorking hablando a cámara.	Voz en off de Sorking. Música de fondo. Entrevista a cámara de Sorking.	9:06	9:44
Comenzamos con un plano detalle de la mano de Sorking, manipulando el mouse de su computadora. Un primerísimo primer plano del perfil de su rostro. Tomas complementarias del proceso de la impresión de stickers, planos detalle de sus manos sosteniendo sus diseños y los contrastamos con planos detalles de la impresión de otros diseños. Seguimos en un plano medio de Sorking.	Sorking hablando a cámara. Sonido directo de la calle.	9:44	11:12
Tenemos una transición tipo glitch. Plano medio de Mr. Fly, toma estática y fondo con grafica del artista. Plano detalle con una	Transición sonora tipo comic y sonido de rollo de cine. Voz del entrevistado (mr. fly) con textura sonora ambiental.	11:12	11:56

angulación ligeramente picada, dibuja un boceto de su diseño de la válvula con un ojo.			
Plano medio, Ichis hablando a cámara. Pasamos a dos tomas cerradas, de ella y su compañero en el proceso de impresión de un sticker.	Transición sonora tipo comic. Voz de la entrevistada (Ichis), más sonido ambiente.	11:56	12:41
Transición tipo glitch, tenemos un plano medio corto, con el personaje en tercio izquierdo del encuadre. El personaje pega un sticker. Plano detalle de varios Stickers con el diseño de un puerquito con un gorro en forma de barco. Plano medio largo, Sorking sentado, fondo con rampas para patinetas, grafitis vibrantes. Dos fotografías de los stickers de alienígenas con un efecto de pintura naranja. Plano medio largo, Sorking hablando a cámara con el fondo de las rampas y grafitis.	Voz en off de Sorking más sonido ambiente urbano. Música estilo hip-hop. Voz de Sorking a cámara.	12:41	13:41
Plano detalle en angulación cenital de Stickers de puerquitos en blanco y negro. Plano detalle, en ángulo cenital de varios Stickers de un jabalí enojado. Plano medio corto y medio largo, Sorking sentado, en el fondo una rampa de skaters, las paredes coloridas de varios grafitis vibrantes.	Voz en Off de Sorking. Sonido ambiente urbano. Sonido de aerosol. Voz a cámara de Sorking. Música de fondo.	13:41	14:32
Cámara en mano, Sorking pega un sticker en un señalamiento de tránsito.	Sonido ambiente de carros, ruido, metro, etc.	14:32	14:45
Pasamos a una transición tipo glitch. Plano medio corto, aparece Ichis a cuadro, el fondo ligeramente desenfocado. Plano conjuntos, Ichis y su maestro en proceso de impresión	Efecto de sonido tipo glitch. Voz de Ichis. Música de hip-hop.	14:45	15:41

de su sticker. Planos detalle del su proceso creativo			
Plano medio corto, Mr. Fly está hablando a cámara, el fondo ligeramente desenfocado de una pintura del autor ya mencionado. Aparecen diferentes fotografías sobre el ex presidente de México, Felipe Calderón y como el sticker hizo critica a su mandato, efecto de película antigua.	Sonido de transición. Voz de Mr. Fly a cámara. Sonido ambiental.	15:41	17:05
Transición tipo comic. Secuencia de intercambio de Stickers. Planos detalle de manos sosteniendo sus Stickers, acercamiento a texturas y colores. Corte a planos detalle de manos entregando y recibiendo Stickers. Planos generales mostrando a la comunidad stickera reunidos, pasamos a planos medios de los artistas interactuando entre ellos. Algunos planos con cámara en mano para una sensación más orgánica.	Música instrumental urbana con beat suave y ritmo constante que acompaña toda la secuencia.	17:05	19:36
Cerramos la secuencia musical, fondeamos a tomas generales de los intercambios de Stickers.	Voz en off, de un transeúnte que nos da su opinión del movimiento. Sonidos ambientales, de personas, carros, etc.	19:36	19:58
Seguimos con tomas de los intercambios, donde tenemos a cuadro a el Razpa, un stickero, que nos brinda su conocimiento de los Stickers y los intercambios que se llevan a cabo. Secuencia de planos detalle de diversos diseños de muchos artistas.	Voz de Razpa a cámara. Sonidos ambientales, murmullos risas. Sonido de aerosol.	19:58	21:33

Planos detalle de manos intercambiando Stickers y pegando sus diseños. Plano general de la comunidad stickera y planos medios de los mismos.	Solo sonido ambiente del lugar: pasos, voces, risas.	21:33	22:09
Plano detalle con angulación cenital, de manos con varios Stickers. Plano medio de Mr. Fly hablando a cámara. Tomas complementarias, plano detalle de una patineta con Stickers pegados en ella. Planos detalles de Stickers pegados en una lona y en un poste.	Audio de la entrevista con Mr. Fly, hablando a cámara. Sonido ambiente urbano en segundo plano.	22:09	23:24
Plano detalle de unas manos pegando el sticker de Ichis en un vagón del metro. Plano medio de Ichis hablando a cámara.	Audio de la entrevista con Ichis hablando a cámara. Sonido ambiente urbano.	23:24	23:50
Plano detalle del sticker de Ichis pegado en un vagón del metro, nos alejamos con una composición de punto de fuga, mientras los vagones del metro se empiezan a desplazar.	Sonido ambiente, sonido de los vagones del metro.	23:50	24:10
Plano medio de Ichis, hablando a cámara, al fondo, una pared pintada con un graffiti, ligeramente desenfocado.	Voz de Ichis, más sonido ambiente urbano.	24:10	24:48
Plano medio de Sorking, sentado aire libre en unas escaleras intervenidas de grafitis.	Voz a cámara de Sorking. Sonido ambiente.	24:48	25:12
Plano medio de Mr. Fly, sentado en su oficina. Pasamos a dos tomas de seguimiento del artista caminando por las calles. Planos detalle de sus stickers.	Voz a cámara de Mr. Fly. Sonido ambiente urbano.	25:12	26:28
Plano detalle a ras de suelo, pasa caminando Sorking. Cortamos a plano medio del entrevistado, sentado en las escaleras	Voz a cámara de sorking. Sonido ambiente urbano, sonidos de aerosol y latas de graffiti.	26:28	27:55

intervenidas por grafitis. Planos detalle de diferentes diseños del autor.			
Cortamos a una transición, plano detalle de unas manos sosteniendo unos audífonos, elevamos el encuadre a tal nivel de un primerísimos primer plano del rostro de Sorking, acomodándose los audífonos. Corte a una secuencia rítmica de diferentes tomas de sorking, ichis y mr. Fly. Pegando sus stickers en diferentes partes de la ciudad de México. Sumando planos detalle y movimientos de cámara que retratan la actividad de los stickeros.	Sonido de grabadora o caset. Entra la música estilo hip-hop, para la secuencia.	27:55	29:59
Plano medio de Mr. Fly sentado en su oficina. Pasamos a unos planos detalle de stickers, planos generales de paredes con grafitis. Plano medio de un stickero, en el encuadre este centrado agarrado de un poste y pega su sticker, hacemos un zoom out, en la medida que va bajando del poste a un plano general del evento.	Voz a cámara de Mr. Fly. Sonido ambiente urbano.	29:59	31:17
Plano medio de Sorking, hablando a cámara. Corte a un plano detalle de un sticker. Plano medio, cámara en mano, dos stickeros están pegando sus diseños. Plano detalle de diseños dibujados en un cuaderno.	Voz de Sorking. Sonido de aerosol. Sonido ambiente.	31:17	31:49
Plano medio de Ichis, hablando a cámara. Corte a servicio de limpieza del metro, quitando un sticker. Pasamos a un tilt up, plano detalle de Stickers pegados en el barrio chino.	Voz a cámara de Ichis. Sonido ambiente.	31:49	32:52

Plano medio de Mr. Fly, sentado en su oficina, a lado de el hay una puerta con Stickers pegados en ella. Pasamos a un plano detalle de su diseño de la mosca pegado en un poste. Plano detalle, un texto pegado en la pared que dice: LA GRAFICA RESISTE.	Voz a cámara de Mr. Fly, con sonido ambiente del lugar. Música en segundo plano, estilo hip-hop.	32:52	33:31
Corte a plano medio de Sorking, sentado en unas escaleras amarillas intervenidas con grafitis. Planos detalle de Stickers.	Música estilo hip-hop. Voz a cámara de Sorking. Sonido ambiente. Sonido de aerosol.	33:31	34:32
Plano medio de Ichis, el fondo desenfocado, una pared pintada con un grafiti colorido. Pasamos a un plano secuencia, seguimiento a varios policías, también está la comunidad stickera, hacemos un paneo a la izquierda, enfocándonos, en un plano detalle de un grafiti.	Voz a cámara de Ichis. Música estilo hip-hop, enérgica.	34:32	35:17
Pasamos a un evento que se hace en los intercambios de stickers, un chavo se sube a un poste, tratando de pegar su sticker, lo más alto posible. Hacemos un movimiento circular a un ángulo nadir, el chavo se baja del poste, volemós hacer un movimiento circular, tenemos un plano conjunto, contrapicado.	Fondeamos la música. Sonido ambiente urbano. Murmullos, risas y gritos.	35:17	36:07
Transición tipo comic. Un plano general, en el interior del taller de serigrafía, Ichis va caminando y se dirige a unas escaleras, la seguimos con un traking shot. Paneo dentro del taller, plano conjunto de artistas interactuando.	Voz en off de Ichis. Sonidos de herramientas, pintura, aerosol, murmullos.	36:07	36:43

Plano medio corto, Ichis hablando a cámara, fondo desenfocado. Plano general de los intercambios, seguimos a Ichis con un tracking shot, pega su sticker.	Voz a cámara de Ichis. Música enérgica estilo hip-hop.	36:43	38:10
Corte a plano medio corto, Mr. Fly hablando a cámara, sentado, en su oficina. Pasamos a un carrusel de fotografías de sus diseños, además de fotografías con de Stickers, con crítica social.	Fondeamos la música. Voz a cámara de Mr. Fly. Sonido de rollo cinematográfico. Sonido ambiente.	38:10	39:00
Tenemos un plano medio corto de Mr. Fly hablando a cámara. Plano detalle, diferentes Stickers puestos en una mesa, hacemos un paneo. Pasamos a un plano detalle de un poste con Stickers pegados, realizamos un tilt up para apreciar todos los diseños. Corte a un plano medio, Sorking pega un sticker, tenemos un plano general, Sork se va alejando, fade out.	Música suave hip-hop. Voz a cámara de Mr. Fly.	39:00	40:13
Transición tipo glitch, aparecen los créditos finales. Comenzamos con un plano detalle, fondo blanco, con stickers pegados, aparecen unas manos y pega el nombre de cada stickero y nuestro nombre como directores del proyecto.	Musica tipo Hip-Hop, en primer plano. Sonido final, detallado de un sticker al ser despegado.	40:13	41:14

3.15 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

PLAN DE PRODUCCIÓN (CRONOGRAMA)			
FASE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN ESTIMADA
Planeación académica	Investigación	Análisis bibliográfico y antecedentes del tema del sticker, en la materia de seminario de titulación impartida por el profesor Leonel Sagahón Campero.	4 meses
Preproducción	Entrevista a Maeer y maqueta audiovisual 1	Nuestro primer acercamiento al sticker urbano fue gracias a Maeer, artista visual con quien pudimos grabar una entrevista prueba. Además de editar el material visual para comprobar si hay interés del público en los stickers.	2 semanas
Planeación académica	Investigación	Búsqueda de referencias audiovisuales, en la materia de seminario de titulación impartida por el profesor Leonel Sagahón Campero	2 meses
Preproducción	Entrevista a Sorking y maqueta audiovisual 2	Contactamos con Sorking para realizar una entrevista dentro de la Universidad UACM San Lorenzo Tezonco. De igual manera proyectamos esta segunda maqueta audiovisual.	2 semanas
Planeación académica	Investigación	Desarrollo del protocolo preliminar: preguntas de investigación, objetivos, conceptos clave y justificación.	6 meses
Preproducción	Scouting	Búsqueda en redes sociales del primer intercambio de stickers al que asistimos como parte de la investigación del proyecto, nos	1 semana

		dirigimos al Monumento a la Revolución en donde se llevaría a cabo el evento. Selección de preguntas guía para las entrevistas.	
Producción	Rodaje	Comenzamos las filmaciones en el Monumento a la Revolución, también hicimos un registro fotográfico y entrevistas con algunos creadores del sticker.	1 día
Preproducción	Scouting	Trabajo de campo, explorando diversos lugares en la Ciudad de México: Bellas Artes, metro Chabacano, Iztapalapa y Zócalo.	1 semana
Planeación académica	Investigación	Visitamos Joel Martínez (Conexo), un administrativo de la UACM, en las oficinas García Diego, quien nos asesoro en el tema del street art.	1 semana
Planeación académica	Director de titulación	Martin Hernández Gonzales, del eje de practica en medios, quien nos impartió la materia de medios audiovisuales, para la Dirección de nuestro proyecto de titulación.	1 semana
Preproducción	Scouting	Exploración de la zona de la Plaza Tlaxcoaque, en donde se llevaría a cabo otro encuentro de los stickeros.	1 semana
Producción	Rodaje	Grabando tomas en movimiento, entrevistas y planos detalle.	1 día
Preproducción	Investigación	A partir de la información recabada en estos intercambios, pudimos localizar a Mr. Fly, artista grafico urbano y referente destacado del Street art en la Ciudad de México.	1 semana
Preproducción	Investigación	Estuvimos buscando a nuevos artistas urbanos en redes sociales contactando así a Ichis quien empezaba a usar esta técnica urbana,	

		llamándonos la atención su diseño. Tomando la decisión de integrarla al documental, pues queríamos tener diferentes perspectivas del sticker.	
Preproducción	Escaleta	Una vez registrado el material, decidimos estructurar una escaleta para el documental, teniendo pensado en tener 3 protagonistas. Además, realizamos storyboards para tomas en concreto que teníamos pensado filmar. También diseñamos los créditos finales del documental.	1 mes
Producción	Rodaje	Agendamos una segunda entrevista con Sorking, esta vez en su taller, para registrar el proceso de impresión de un sticker con la técnica de la serigrafía.	1 semana
Producción	Rodaje	Grabamos la entrevista con Mr. Fly, en el centro cultural Casa Talavera. Además de tomas complementarias, con el pegando sus stickers en las calles.	1 semana
Producción	Rodaje	Grabamos la entrevista de Ichis en el Faro Oriente, capturando su proceso para imprimir un sticker en su taller de serigrafía (regrabaciones por la pérdida del material filmado).	2 semanas
Producción	Rodaje	Grabamos el intercambio de stickers en el parque Coyoacán, así como tomas complementarias de spots recubiertos de estos mismos.	1 semana

Planeación académica	Asesoría	Revisión del proyecto con Flavio Montessoro Pérez, diseñador gráfico y profesor de la licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural de la UACM.	1 día
Planeación académica	Asesoría	Asesoría con nuestro director de titulación, Martin Hernández.	1 semana
Producción	Rodaje	Grabación de intercambio de stickers en Parcur Chapultepec, tomas en movimiento, planos detalle, planos generales y fotografías.	1 semana
Producción	Rodaje	Grabamos con Sorking la entrevista para el documental. Incluyendo tomas con el pegando por diferentes lugares de la ciudad.	1 semana
Planeación académica	Investigación	Correcciones del capítulo 1 y 2 del sustento teórico.	2 semanas
Planeación académica	Asesoría	Revisión de grabaciones de audio y video con nuestro director, Martin Hernández.	1 semana
Postproducción	Material audiovisual	Una vez recopilado el material audiovisual, empezamos a organizar por carpetas con el nombre del entrevistado, por locaciones de los intercambios de stickers, además una carpeta de efectos visuales y otra registrando los sonidos ambientes y la música seleccionada que descargamos directamente de la página Epidemic Sound.	3 meses
Postproducción	Edición	Una vez organizados los materiales a utilizar, usamos el software Da Vinci Resolve 19, donde empezamos a sincronizar audio y video de cada una de las entrevistas	1 semana

Postproducción	Edición	Se tomó la decisión de armar el esqueleto del documental, mediante las respuestas de nuestros protagonistas, de tal manera que diera coherencia a la narrativa planeada.	2 semanas
Postproducción	Edición	Realizamos una segunda revisión del material seleccionado de las entrevistas, quitando algunas respuestas que se repetían.	2 semanas
Planeación académica	Asesoría	Revisión de grabaciones de audio y video con nuestro director, Martin Hernández.	1 semana
Postproducción	Montaje rítmico	Elegimos diferentes tomas de los intercambios de stickers, para montar una secuencia con música hip hop.	3 semanas
Postproducción	Montaje rítmico	Segunda secuencia musical con el género de hip hop, sin embargo, este montaje quisimos darle protagonismo a Sorking, Mr. Fly e Ichis.	3 semanas
Postproducción	Diseño sonoro	Se trabajo toda la mezcla sonora se marcó de diferentes colores las voces de los entrevistados, los sonidos ambientes, los sound fx y la musicalización	4 semanas
Planeación Académica	Asesoría	Revisión del sustento teórico por parte de nuestro director: Martin Hernández	1 semana
Planeación Académica	Lectores	Nuestro primer lector, el Maestro Leonel Sagahón Campero. Mandamos el sustento teórico y el documental para posibles correcciones.	1 mes
Planeación Académica	Lectores	Elegimos como segundo lector al Maestro Flavio Montessoro Pérez. Mandamos el sustento teórico y el documental para posibles correcciones.	1 mes

Planeación Académica	Lectores	Elegimos como tercer lector al Maestro Octavio Serra Bustamante. Mandamos el sustento teórico y el documental para posibles correcciones.	1 mes
Preproducción	Montaje	Ultimas correcciones del video documental, en las que agregamos fotografías inéditas del sticker, proporcionadas por Mr. Fly	1 semana
Planeación Académica	Lectores	Ultimas correcciones del sustento teórico y la aprobación de los lectores para llevar a cabo el examen de titulación.	3 semanas
Planeación Académica	Titulación	Programación del examen de titulación.	2 días
Planeación Académica	Titulación	Impresión del trabajo final (sustento teórico)	1 día
Difusión	Documental	Estreno del en YouTube del documental: Estampando la Ciudad	1 semana

PRODUCTOR:

ISAAC BENAVIDES REYES

DIRECTOR:

FREDI BENAVIDES REYES

3.16 PRESUPUESTO:

A continuación, se presenta el material empleado en el proyecto.

1. Cámara Digital Samsung NX2000
2. Celular Samsung Galaxy S22 Ultra
3. Trípode de aluminio profesional Solidex
4. Micrófono Lavalier BOYA
5. Estabilizador para cámara
6. Steadicam para celular
7. Equipo de cómputo Lenovo
8. Tarjeta SD
9. Audífonos

NOMBRE DEL PROYECTO:	ESTAMPANDO LA CIUDAD
PRODUCTOR:	ISAAC BENAVIDES REYES
DIRECTOR:	FREDI BENAVIDES REYES
FORMATO:	VIDEO DOCUMENTAL
TIEMPO DE RODAJE:	1 AÑO
DURACIÓN:	41 MINUTOS Y 14 SEGUNDOS

EQUIPO DE REALIZACIÓN	
DIRECTOR:	FREDI BENAVIDES REYES
PRODUCCIÓN:	ISAAC BENAVIDES REYES
ENTREVISTADOS:	

• MR. FLY • SORKING 67 • ICHIS
FOTOGRAFÍA: ISAAC BENAVIDES REYES
SONIDO DIRECTO: FREDI BENAVIDES REYES
ENTREVISTADOR: ISAAC BENAVIDES REYES
EDITOR: FREDI BENAVIDES REYES

TRANSPORTE, ALIMENTACIÓN, OTROS.	COSTO
TRANSPORTE PÚBLICO, DURANTE LA PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN.	\$1500
ALIMENTACIÓN DURANTE LA PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN.	\$1000
TOTAL	\$2500

PAPELERÍA	COSTO
IMPRESIONES PARA LA REVISIÓN, ASESORÍAS Y DE APOYO PARA LA PRODUCCIÓN. IMPRESIONES DEL TRABAJO FINAL.	\$4,530
LIBROS	\$800
MEMORÍA USB	\$400
TOTAL	\$5,730

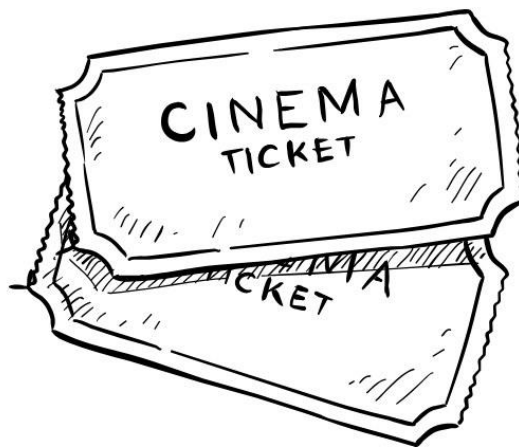
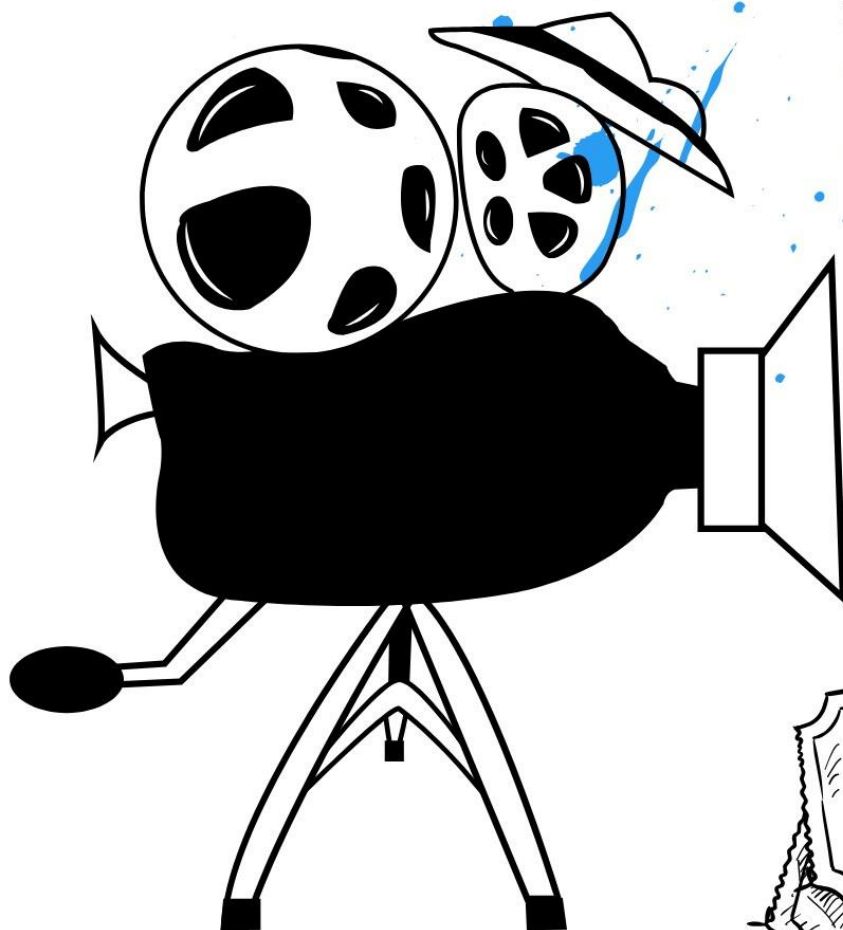
MATERIAL DE PRE Y POSTPRODUCCIÓN	COSTO
CÁMARA DE VIDEO SAMSUNG NX2000	\$5,000
CELULAR SAMSUNG GALAXY S22 ULTRA	\$12,000

TRIPODE SOLIDEX	\$600
MICRÓFONO BOYA	\$500
ESTABILIZADOR PARA CELULAR	\$1,200
COMPUTADORA (EDICIÓN)	\$12,000
TARJETA SD	\$400
EDITOR DE VIDEO	\$2000
EPIDEMIC SOUND	\$400
AUDÍFONOS	\$300
TOTAL	\$34,400

TOTAL: \$42,630



CAPITULO 4



CAPITULO IV:

Conclusiones Generales

En conclusión, podemos decir que un sticker siempre tiene una intención comunicativa, incluso si el stickero solo lo hace por diversión, ya que pueden reflejar su mundo interior, sus experiencias; incluso puede expresar una crítica social y cultural siendo un acto de rebeldía.

Durante su proceso creativo podemos identificar, la conceptualización de la idea o mensaje que desean transmitir; la realización de su diseño gráfico, el cual puede empezar con un boceto a mano y posteriormente pasarlo a digital; pasan a seleccionar la técnica de impresión, como la serigrafía, donde seleccionan también el tipo de material a utilizar, que puede ser vinilo, papel o adhesivo. Una vez que tiene sus Stickers, salen a pegarlos a las calles o pueden intercambiar sus diseños con otros Stickers, interactuando entre ellos, lo que genera comunidad incluso con otras técnicas graficas urbanas.

El Sticker pueden ser considerados como arte cuando hay una intención estética y comunicativa; la intención del stickero debe ser clara para que su mensaje se entienda, teniendo el reto de saber sintetizar su idea en un diseño pequeño. Si bien, hay un debate entre si es arte o no; es necesario reconocer al Sticker como una forma de expresión que comunica una intención ya que esto ayuda a entender su valor cultural y su rol dentro del espacio urbano. Sin embargo, hay quienes utilizan técnicas gráficas y estéticas para sus diseños.

El realizar pintas en las calles resultaba más arriesgado para los artistas urbanos; es por ello que surge el sticker como una forma más rápida de intervenir en las calles de una manera más rápida. Se ha convertido en un estilo de vida para muchos creadores del sticker, ya que están activamente pegando en las calles, mejorando sus diseños, experimentando, etc.

Claro que hay interés en las personas que se acercan dentro de los intercambios, la curiosidad de entender y apreciar los diferentes diseños que pueden encontrar. Hay personas que incluso quieren hacer sus propios diseños, sin embargo, mucha gente no

está de acuerdo con esta práctica, ya que la asocian con la delincuencia, vicios, etc. Es comprensible y cada punto de vista tiene algo de razón, puesto que si es ilegal dañar el inmueble del espacio público. De hecho, en algunos eventos del arte urbano pueden a ver comportamientos negativos que dañan la imagen de esta práctica.

Al cierre de este recorrido, observamos que cada sticker representa una intención: identidad, protesta, resistencia, interacción, estética, provocación, etc. No siempre es un simple objeto decorativo, sino un signo que articula emociones individuales, estilos personales y colectivos. Un sticker puede expresar una crítica social, política y cultural; o simplemente una expresión personal en la que el stickero trata de encontrar su propia individualidad y lo que lo hace ser quien es. Además, todo el espacio urbano se puede considerar como un gran sistema que funciona en su totalidad como un todo: artistas, normas, practicas, autoridades, transeúntes a favor y en contra, etc.

La elección del género documental, nos llevó a comprender todo el proceso que se necesita llevar a cabo para su realización ya que se debe hacer un tratamiento creativo a la hora de retratar la realidad, aunque los documentales tratan sobre situaciones y personajes reales debe tener una propuesta estética a la hora de ejecutarlo; también podemos decir que es una película porque debe contar con el punto de vista del cineasta y cinefotógrafo, a partir de ciertos elementos: narrativa, lenguaje cinematográfico, tratamiento visual y sonoro. Acercarnos a nuestros entrevistados, en principio fue algo difícil ya que nuestros nervios nos llevaba a entrar al campo de forma torpe, sin embargo al estar en contacto con muchos stickeros, el trato siempre fue respetuoso y empático, ayudándonos a tener un acercamiento previo con los entrevistados de nuestro documental para conocer su personalidad y tratar de transmitirla a través del encuadre ya que es complicado estar al frente de una cámara todo el tiempo nos llevó al aprendizaje de llevar desde contactarlos hasta la hora de la entrevista. Principalmente nos llevó a aprender acercarnos a nuestros entrevistado desde el respeto y empatía

Elegimos el documental para poder comunicar lo que es la cultura del sticker, permitiéndonos explorar y aprender a organizar un plan de rodaje teniendo una escaleta previa en la que plasmamos las ideas que queríamos integrar al proyecto; de igual manera conocimos a diferentes exponentes del Sticker quienes estaban entusiasmado

por participar en el proyecto. Como resultado, consideramos que nuestro documental es honesto, dinámico y emocional porque no pretende imponer al espectador una postura, solo muestra un poco de todo el movimiento del sticker.

Siempre existe la posibilidad de mejorar, para nosotros el reto de hacer nuestro primer documental fue emocionante y al mismo tiempo fue una constante lucha entre enfocarnos al proyecto como debe ser; pero, por otra parte, surgieron diferentes problemas, tanto personales, bloqueos creativos, problemas emocionales y económicos.

Finalmente fue de gran ayuda entender y analizar la disyuntiva entre si el sticker es arte o vandalismo, pues al existir diferentes posturas entorno a lo que implica esta práctica, nos dimos a la tarea de conocer las diferentes motivaciones de estos creadores ya que no utilizan esta técnica grafica por los mismos motivos, para algunos puede ser un pasatiempo y para otros puedes tener un significado más personal, comunicando una intención de forma visual.

Conclusiones individuales (Isaac)

A lo largo de este proyecto, pude conocer todo el proceso estilos y formas en las que se pueden crear estos Stickers, utilizados muchas veces para decorar las calles de la ciudad, siendo actualmente un fenómeno cultural que utilizan muchos jóvenes para expresarse a través de la gráfica urbana, los cuales pueden tener diferentes significados dependiendo de los gustos, postura y experiencias de estos creadores.

De igual manera este estilo grafico genera diversas percepciones tanto a favor y en contra, sin embargo, la calle es así el ruido y la intervención en los espacios públicos es algo que no se puede controlar, pero esto justamente forma parte de la ciudad, dándole a los espacios grises y monótonos color generando curiosidad en otros.

Parte de realizar este documental fue la curiosidad que me genere ver spots repletos de ellos por las calles, quería conocer más el por qué lo hacían llevándome a indagar más del proceso para la creación de estos adhesivos. Eligiendo el medio audio visual con el que desde mi punto de vista puedo expresar más mis ideas visualmente.

El documental demuestra cómo el sticker se convierte en una herramienta de expresión libre, accesible y también efímera, que refleja las tensiones, emociones y creatividades de la vida urbana. En cada diseño se concentra una voz, que comunica visualmente un mensaje, el sticker continúa recordándonos la importancia de ocupar físicamente el espacio, de dejar una marca en cualquier lugar.

De hecho, los encuentros entre estos creadores en los diferentes intercambios de Stickers fue una buena experiencia al ver como interactúan entre ellos mismos y sus diseños logrando recolectar varios diseños de ellos agregándolos a mi colección personal. Fue un proceso largo pero muy gratificante que me lleno de muchas emociones, sin embargo, la dedicación y pasión por el tema fue lo que me llevo a continuar a pesar de las adversidades que se presentaron durante el desarrollo del proyecto, pero muy satisfecho con el resultado que logramos obtener al trabajar en equipo.

Conclusiones individuales (Fredí)

Después de toda esta odisea puedo concluir que los Stickers representan muchas cosas, no se puede encasillar en una sola, cada artista o cada exponente de esta técnica tiene diferentes motivos por los que pegan calcomanías en las calles. Conocimos todo el proceso de hacer stickers, los mensajes que quieren transmitir, todo el subtexto, la creatividad, etc. Esto me llevo a experimentar esta técnica artística de cerca, decidiendo hacer mi propio diseño y pegarlo en las calles como una manera de seguir luchando por mis sueños, resistiendo, afrontando la vida con valentía.

Para mí, el reto más grande fue el proceso de postproducción, me considero un aprendiz en formación en el área cinematográfica. Al comprender mis carencias, quizá mi falta de talento, me sigo preparando ya que se que me falta mucho que mejorar para convertirme en el cineasta que sueño ser. Manejar un nuevo software de edición de video, como el caso de Da Vinci Resolve fue experiencia enriquecedora, el ir aprendiendo a manipular el módulo de edición, fusion y conectar los nodos que se necesitan para una toma, ya sea para un efecto o corrección de color es algo que me llevo de este proyecto.

A lo largo de mi vida universitaria pude comprender la importancia de la formación académica, las conexiones genuinas que podemos tener con los demás, poder dialogar con compañeros que tienen otros puntos de vista. La Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) fue una gran experiencia que llevare como parte de mi construcción como hombre y profesional.

La idea de hacer películas aún sigue latiendo fuertemente en mi corazón, talvez puede sonar como una locura o un sueño sin fundamentos porque lo más común es dejarse consumir por el espectáculo, lo efímero, los estímulos vacíos, etc. Perdiendo el propósito de seguir metas más grandes que nosotros mismos y, en este sentido lo que pretendo es hacer cine que conecte emocionalmente con el espectador, lleno de historias atemporales y universales que puedan inspirar a futuras generaciones a seguir creando; como todas las películas que me marcaron de niño y aun me siguen asombrando. Yo creo que el cine es poder capturar los momentos efímeros de la vida y transformarlos en narrativa audiovisual, narrativa y estética.

Figura 9

STREET BROTHERS



Nota. Productora Audiovisual Independiente STREET BROTHERS. Diseñado por Fredi Benavides.

BIBLIOGRAFÍA:

- Aiwey. (7 de Mayo de 2019). La Calle No Calla / Documental 2007. Ciudad de México, México. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=dDD0VsqmFSA>
- Alas y Raíces. (12 de Agosto de 2020). *COMUN-STICKER*. Obtenido de Alas y Raíces: <https://alasyraices.gob.mx/comunsticker.html>
- Astraway. (17 de Abril de 2021). ¿Qué es la TEORÍA DE SISTEMAS? Características, autores y ejemplos. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=tAPOnUCla3s&t=22s>
- Bermudez, G. (15 de Agosto de 2024). *¿Qué es vandalismo?* Obtenido de Abogado.com: <https://www.abogado.com/recursos/ley-criminal/vandalismo.html>
- Bertalanffy, L. v. (1976). *Teoría General de los Sistemas*. Nueva York: Fondo de Cultura Económica (FCE).
- Capital Digital. (2024). *Raúl Velasco [Fotografía]*. Obtenido de Chilango: <https://www.chilango.com/que-hacer/arte-y-cultura/acamonchi/>
- Cárdenas, G. P. (21 de mayo de 2021). *Alponiente*. Obtenido de El Hip Hop en el contexto social: <https://alponiente.com/el-hip-hop-en-el-contexto-social/>
- CATARXIS. (29 de Octubre de 2024). *El Arte y la Cultura del Sticker: De la Calle al Activismo*. Obtenido de <https://www.catarxis.com/p/el-arte-y-la-cultura-del-sticker>
- Ciudad, C. d. (07 de junio de 2019). *Ley de Cultura Cívica de la Ciudad de México*. Obtenido de <https://www.congresocdmx.gob.mx/media/documentos/49a0a80ee030f12d0f797c671da2918e508f30cb.pdf>
- Claroscuro. (3 de Diciembre de 2020). Sticker Bombing and Paste Up - Corto Documental. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=Quv-HdTqIDI>
- DeGraffitis. (Octubre de 27 de 2022). HISTORIA del STREET ART. DOCUMENTAL COMPLETO en Español. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RVoGJWXOmso>
- Díaz, G. (2008). La resistencia y la estética de la existencia en Michel Foucault. *Entramado*, 90-100.
- EN MINUTOS canal. (16 de Mayo de 2025). ¿Qué es la TEORÍA DE SISTEMAS? Ludwig Von Bertalanffy, características. Obtenido de <https://youtu.be/7TUTtyLsyik?si=fzdFISLvNDH6v60K>
- Feixa, C. (1994). *De las bandas a las culturas juveniles*. México: Univrsidad de Colima.
- Fly, M. (2022). *Mr Fly [Fotografía]*. Obtenido de mrflydf: <https://www.instagram.com/p/CjiTR2ZLN1d/?igsh=MWU3ODhueXM2a2p5cg==>
- Giménez, G. (2007). *Estudios sobre la Cultura y las Identidades Sociales*. ITESO.
- Gimenez, G. (2009). *Cultura, identidad y memoria: materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-73722009000100001

- Goffman, E. (1959). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Leiva, C. J. (30 de Agosto de 2019). UNFV teoría de sistemas según Ludwig von Bertalanffy. Obtenido de <https://youtu.be/X5cip3GpefY?si=JB1BP7V9Nu7FHcLT>
- Medium. (17 de Octubre de 2016). *Historia del Graffiti [Fotografía]*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/graffitiago/historia-del-graffiti-1a2103f0a464>
- Montessoro, F. (2016). *Stickers DF*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad*. Buenos Aires, Barcelona: Paidós.
- Nichols, B. (2013). *Introducción al documental*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nickerson, C. (3 de Marzo de 2025). *Teoría y ejemplos del interaccionismo simbólico*. Obtenido de SimplyPsychology: <https://www.simplypsychology.org/symbolic-interaction-theory.html>
- Psicología Animada. (3 de Noviembre de 2020). Teoría general de los sistemas de Ludwig von Bertalanffy (Resumen animado). Obtenido de <https://youtu.be/QbBy20GPlqc?si=t2NytmIAxsM3Zhi1>
- Psicología y Mente. (17 de Diciembre de 2024). *La Teoría General de Sistemas, de Ludwig von Bertalanffy*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiymente.com/psicologia/teoria-general-de-sistemas-ludwig-von-bertalanffy>
- Rabiger, M. (2010). *Dirección de documentales*. España: Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV).
- Sociology.Institute. (29 de Enero de 2023). *La influencia de George Herbert Mead en el interaccionismo simbólico*. Obtenido de Sociology. Institute: <https://sociology.institute/introduction-to-sociology/george-herbert-mead-on-symbolic-interactionism-influence/>
- Theechomusic. (8 de Noviembre de 2017). *Las calcomanías han sido un recurso de diseminación de ideas [Entrevista]*. Obtenido de Wordpress: <https://stickersenmexico.wordpress.com/2017/11/08/las-calcomanias-han-sido-un-recurso-para-de-diseminacion-de-ideas-entrevista-con-acamonchi/>
- Villarán, A. G. (1 de Diciembre de 2016). ¿Qué es el arte? cuándo, dónde y por qué. Obtenido de <https://youtu.be/wvQYZ8cNpmw?si=nxzVKFY7teW3Ax7A>
- Zapata, L. F. (2020). *El arte urbano como expresión popular en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. Springer.
- ZEPfilms. (07 de Marzo de 2019). EL NACIMIENTO DEL CINE | Historia del Cine. Argentina. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=LNorpMtgaVY&list=PLfSsnwvDM2Pe3WTVdC_Ooa50ouF_HGONZ
- ZoomF7. (12 de Agosto de 2016). Everardo González y el cine documental. Obtenido de <https://youtu.be/8Rj-5KvmEY8?si=ySAUzkW-ScTnZgzG>
- ZoomF7. (17 de Diciembre de 2018). El documental: Consejos a Documentalistas, de Michael Rabiger. Ciudad de México, México. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=6_4b_e29ZiM

Acamonchi. (2017, 8 de noviembre). *Las calcomanías han sido un recurso de diseminación de ideas* [Entrevista]. Stickers en México.

Lamagazin. (2020, 14 de julio). *Hablemos de graffiteros mexicanos que debes conocer*. Lamagazin.

Zapata Montalvo, L. F. (2020). *El arte urbano como expresión popular en el Centro Histórico de la Ciudad de México*. En C. Bevilacqua, S. Marcet, A. S. Aghimien, & F. Calabrò (Eds.), *Nuevas perspectivas metropolitanas* (pp. 406–415). Springer.

Studenta. (s. f.). *El muralismo urbano en la Ciudad de México como una galería de arte abierta y alternativa*. Studenta.

Giménez, G. (2009). *Cultura, identidad y memoria: materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas*. Frontera Norte.



Escanea el código para disfrutar del documental completo. ESTAMPANDO LA CIUDAD.