

Sandra Pérez Ródenas
Universitat de València

RESEÑA DE MORANT MARCO, R. Y MARTÍN LÓPEZ, A. (2017). *TATUAJES URBANOS: LOS SUSURROS, MURMULLOS Y GRITOS DE LA CIUDAD*. VALENCIA: TIRANT HUMANIDADES

Cuando viajamos a una nueva ciudad somos capaces de percibir que en algún aspecto ésta dista de nuestra ciudad de origen. Esto se debe a que las ciudades son capaces de transmitir mensajes a los seres humanos, tanto a partir de elementos no verbales como a partir de elementos verbales. De esta capacidad comunicativa de las ciudades se han percatado los autores de este libro, los cuales analizan en esta obra una serie de mensajes localizados en suelos, muros, mobiliario urbano, pancartas en balcones e incluso en la vestimenta de los conciudadanos (es decir, en espacios públicos de la ciudad de Valencia y otros municipios valencianos).

Vivimos en una sociedad saturada de información, por eso las instituciones y las empresas aprovechan las superficies al aire libre como soporte comunicativo. Pero estos espacios también sirven como soporte para transmitir mensajes personales. Este tipo de mensajes ha sido el foco de la atención de los autores, quienes persiguen el objetivo de llamar la atención sobre esta inmensidad de mensajes que inundan nuestras ciudades y que, a pesar de que pueden ser divisados por todos, sólo son interpretados por los ojos de los más curiosos.

Los mensajes inscritos en los muros y los suelos de las ciudades pueden transmitir declaraciones de amor, invitaciones a ceremonias, pueden instar a la participación en diferentes actividades (huelgas, festivales...) o pueden tener una función meramente expresiva (como es el caso del famoso movimiento llamado "Acción Poética"). Resulta especialmente interesante el hecho de que, en este tipo de mensajes urbanos, el autor no es capaz de predecir la pervivencia de sus mensajes, pues dependiendo del material empleado el mensaje podrá resistir en mayor o menor medida a las adversidades meteorológicas (y a los servicios de limpieza de las ciudades). Por este motivo resulta también interesante el análisis de los métodos empleados para grabar dichos mensajes (puesto que pueden revelar la voluntad del autor con respecto a la perdurabilidad de su obra).

El caso de los balcones es muy especial, puesto que ocupan una posición liminal entre el ámbito público y privado (resulta más difícil huir del anonimato al que se recurre habitualmente en los mensajes inscritos en lugares públicos como los muros, suelos o bancos, de hecho, en el caso de los balcones es el emisor quien decide difundir libremente un mensaje en particular). Además, en estos casos el emisor es capaz de determinar la duración de los mensajes. A modo de curiosidad, diremos que en los balcones principalmente encontramos mensajes de temática política (ya sea en forma de banderas, ya en forma de pancartas con mensajes de protesta), a pesar de que también son habituales los mensajes que permiten la identificación de un grupo social o un colectivo (como sucede con el caso de ciertos festejos populares como las fallas de Valencia) o, simplemente, los que buscan transmitir mensajes expresivos (expresar la participación en fiestas populares o religiosas como la Navidad, expresar la alegría por la victoria de un equipo deportivo...). En términos generales, el destinatario de los mensajes encontrados en los balcones es la sociedad en general, mientras que en un gran número de casos, los mensajes transmitidos en muros, suelos y demás mobiliario urbano tienen un destinatario particular.

También los ciudadanos difunden "mensajes andantes" a través de su vestimenta. El color, el estilo y el diseño de una prenda de vestir puede transmitir información reveladora sobre la personalidad de su portador. En determinadas ocasiones se recurre a camisetas para clasificar y uniformar a quienes comparten una afinidad deportiva (éste es el caso de las camisetas de un equipo concreto durante una contienda deportiva), política (éste

To cite this article: Pérez Ródenas, S. (2018). "Reseña de Morant Marco, R. y Martín López, A. (2017). *Tatuajes urbanos: los susurros, murmullos y gritos de la ciudad*". *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 13, 167-168. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2018.8996>

es el caso del vestuario escogido para participar en manifestaciones), o intelectual (como sucede en los festejos universitarios, pues los miembros de las diversas facultades identifican su afiliación con mensajes en camisetas, a menudo plagados de gran carga humorística). Pero también lo hacen los establecimientos, pues simplemente con las bolsas que entregan a sus compradores se puede llegar a deducir la filosofía de una empresa (¿se muestra comprometida con el medio ambiente?, ¿trata de mostrarse como una entidad exclusiva para un sector de la población con un determinado poder adquisitivo?, ¿qué sector de la población es el *target* de dicha firma?).

En muchos casos los mensajes no son unilaterales, sino que encontramos casos de “mensajes que dialogan”, por ejemplo, mensajes borrados por la persona aludida, o respuestas a propuestas o declaraciones. Un caso interesante es el de una agitada relación de pareja, la de Tiffany y Juan Carlos: encontramos diversos textos escritos que reflejan las diferentes etapas de su relación, desde el intenso enamoramiento de los primeros meses de relación hasta la superación de las primeras crisis de pareja.

En todos los espacios mencionados encontramos mensajes escritos en diferentes lenguas, hecho que refleja la globalización de nuestra sociedad y que también retrata cuáles son las principales comunidades de inmigrantes en nuestras ciudades. También es posible estudiar ciertos fenómenos de la lingüística en este tipo de “tatuajes urbanos”, por ejemplo, el extendido uso de abreviaturas (*T.K.M*; *B.F.F*; ♥ *U...*) podría responder al principio de economía lingüística, fenómeno muy habitual en el mundo de la epigrafía ya desde tiempos antiguos. Por último, conviene mencionar el empleo recurrente de emoticonos en este tipo de mensajes, los cuales desempeñan una función semejante a la de los gestos y enfatizan el valor expresivo de los mensajes escritos.

Concluimos recordando que es propio de la naturaleza humana el hecho de comunicarse. Por este motivo, el lugar de residencia de una comunidad transmite los sentimientos y las demandas de sus ciudadanos. Tras esta amena lectura seremos incapaces de pasear por nuestras ciudades sin prestar mayor atención a los mensajes que éstas nos comunican: un banco es capaz de contar historias de amor; un balcón puede mostrar el desacuerdo de un vecindario ante los abusos lúdico-festivos; una camiseta manifiesta el estado de ánimo de la persona que la lleva puesta, su inclinación política...; el diseño de una bolsa informa sobre las preocupaciones y las intenciones de su emisor... Además, la onomástica, la tipografía, la localización de los mensajes, el color, el uso de elementos decorativos no escritos... nos dan pistas que nos ayudan a interpretar correctamente dichos mensajes y que contribuyen a un análisis más profundo de una sociedad concreta. Por eso es conveniente prestar atención a estas voces que emergen desde cada edificio, cada parque, cada establecimiento, cada ciudadano... pues ésta es la mejor manera de sumergirse en una comunidad en particular y entender su *modus vivendi*.