

Chaz Bojórquez, en Arroyo Seco en 1975, junto al icónico Señor Suerte y su imitada caligrafía cholo.



EN BUSCA DEL PRIMER GRAFITI

Chaz Bojórquez, pionero del arte urbano, definió en Los Ángeles un estilo copiado hasta la saciedad. Un libro repasa su vida y obra.

TEXTO: BORJA BAS

CON ocho años, Chaz Bojórquez jugaba a deslizarse por los túneles de desagüe que desembocaban en Arroyo Seco, a un paso de su humilde barrio al noreste de Los Ángeles. Un gesto infantil algo inconsciente que, sin embargo, propició que descubriera los grafitis primigenios. “A pesar de la oscuridad, podían verse firmas hechas con humo de vela”, recuerda. Mediaban los años cincuenta y se acababa de inventar el *spray*, un arma expresiva que no dominaría las calles hasta los setenta. Hoy, este chicano de 61 años está reconocido como el pionero del grafiti en Los Ángeles, y el libro *The art and life of Chaz Bojórquez* (Damiani Editore) recoge su legado. Desgranamos con él la mística del arte urbano.

Vestidos para el altercado. 1943. La batalla mundial se juega en el Pacífico. Los Ángeles se convierte en un punto estratégico donde miles de marinos estadounidenses de desahogan. Los latinos, muchos de segunda generación, desafían las convenciones adoptando la indumentaria

extravagante de los músicos de jazz. Un gesto considerado antipatriótico que acaba desembocando en los disturbios conocidos como Zoot Suit Riots. “Ahí comenzaron las bandas y el grafiti”, relata Bojórquez. “Poner el nombre en las paredes era un gesto para proteger su territorio; no de otras bandas, sino para que toda la ciudad supiera que estabas entrando en un vecindario latino. Yo no pertenecía a ninguna banda, pero viví lo que es crecer en una ciudad segregacionista. Por eso adopté mi propia firma, Señor Suerte, la primera individual que se vio en Los Ángeles”.

La sonrisa de la muerte. Frente a la tipografía Old English, típica de los periódicos, que se apropiaron las pandillas en respuesta a la supremacía blanca, el joven Bojórquez desarrolló un estilo propio, la caligrafía Chingaso, hoy copiada hasta la saciedad. “Lo que se bautizó como cholo grafiti para mí iba más allá de lo que quedaba en el muro, se trataba de declarar una identidad ante toda una comunidad. Cuan-

do creé a Señor Suerte, en 1969, eran los tiempos de los panteras negras, Vietnam, los movimientos pro derechos civiles... Se gestó a partir de tres elementos presentes en mi cultura: la droga de los *hippies* (sólo que en lugar de sostener un porro mi figura cruza los dedos), la calavera mexicana del Día de los Muertos y el poder negro retratado en el cine *blaxploitation*”.

‘Spray’ en la cartelera. En paralelo a la escuela de la calle, Bojórquez se hizo el máster en artes gráficas produciendo carteles para la industria cinematográfica. De los 21 a los 36 años desarrolló su técnica en pósters para películas tan dispares como las de James Bond, *El Imperio Contraataca* o *The Warriors*, una cinta hoy de culto por reflejar la cultura pandillera de los setenta en Nueva York. “La productora pidió a Seen [padrino del *wild style* del Bronx] que rediseñara el logo que yo había hecho para *The Warriors*. Aun así, lo querían ‘más estilo costa este’, y me pidieron que lo corrigiera. Para un artista como yo, de la costa oeste, eso era sacrilegio. Me negué. El resultado final es uno de los logos más famosos del mundo del grafiti, pero también uno de los más feos. Aún hoy, existe una rivalidad entre Nueva York y Los Ángeles en el arte callejero. Esto es como lo de Biggie Smalls [aka Notorious B.I.G.] contra Tupac: siempre quedan asuntos pendientes”.

Venderse o morir. Jackson Browne o Nicolas Cage se han convertido en devotos coleccionistas de la obra pictórica de Bojórquez, haciendo de él uno de los artistas fetiche de los nuevos ricos de Hollywood. Las marcas deportivas solicitan su trabajo, “pero sólo hago lo que comulga directamente con mi cultura. Nike, Puma, Adidas... casi todas las grandes me han pedido que diseñe algo para ellas, y sólo lo he hecho para Vans, porque es una firma

con fuerte arraigo en la cultura *skate*”. Sin embargo, hay algo con lo que él no comercializaría jamás: la figura de Señor Suerte. “No es un gesto noble sino, más bien, un seguro de vida. Mi calavera fue un símbolo adoptado por la banda mafiosa mexicana The Avengers. Muchos de sus miembros que han estado en la cárcel se la han tatuado. Sería una falta de respeto por mi parte convertirla en un signo mercantilista. Re-

“Lo de L. A. contra N. Y. es como lo de Notorious y Tupac: siempre hay asuntos pendientes”

sultaría tan estúpido como que los japoneses hicieran camisetas *yakuza*”.

¿La muerte del grafiti? Hoy, las pintadas han perdido su componente subversivo para ser absorbidas por las galerías de arte. Existe toda una generación de artistas urbanos que jamás han pisado una vía de tren. “Llevo oyendo esta discusión más de 30 años. En Nueva York ha muerto dos veces, en Los Ángeles, tres... Esta es mi opinión: el campo de batalla ha cambiado. Ahora mi trabajo compite a través de Internet. Abres una web, y ahí están mis pintadas junto a fotos de otras de Taiwan o Japón. Esto, igual que las galerías, ha contribuido a ampliar la definición de arte urbano. Pero para ser un grafitero de verdad tienes que hacerlo todo. Es lo que yo llamo definir y defender: tienes que definir todo el tiempo tu estilo al aire libre, pero luego defenderlo en las paredes de un museo, escribiendo un artículo o haciendo una entrevista. Yo todavía sigo pintando en la calle, ya sabes... todo el mundo lo hace”. ■