

LA PUERTA COMO TEXTO: (SEMIÓTICA TEXTUAL DE LOS GRAFFITI DE UNIVERSIDAD)

Esther Forgas Berdet

(Universidad «Rovira i Virgili»)

Graffito o graffiti, con el plural lexicalizado, es el término adoptado comúnmente, junto con el más castizo *pintada*¹, para designar cualquier manifestación gráfico-icónica (escritura, anagrama, signo icónico o siglas) que se produzca en lugar público de manera espontánea. Su nacimiento se remonta al de la comunicación humana, y va ligado a la misma naturaleza del hombre, a su impulso creador y a su necesidad comunicativa.

El **graffiti** o *pintada* mural ha sido estudiado en las últimas décadas —a partir de la explosión poético-mural del 68 en Nanterre— desde distintos puntos de vista², puesto que ha interesado a sociólogos, psicólogos,

¹ Curiosamente, el neologismo **graffiti** viene a sustituir el ya castizo *pintada*, aun cuando éste había sido rechazado por los puristas como Guillén, que, según escribe Umbral (1983: 13), se negaba a sustituir *letreiro* por *pintada* alegando:

—Sólo uso palabras que he vivido.

Así pues, siguiendo al ilustre poeta, los jóvenes de hoy usan **graffiti** como una palabra vivida, desterrando al ya caduco *pintada*, de tanto valor connotativo para los que fuimos jóvenes en el mayo francés.

² La bibliografía sobre el tema es abundante, aunque generalmente con una óptica divulgativa. Destacan, sin embargo, algunas aportaciones aisladas, de las que entresacamos: Arias (1978), Gan Bustos (1978), Sempere (1977), Perry (1976), Braudillard (1974), Nilsen (1980), y Castleman (1982).

antropólogos, historiadores del arte y a cuantos se preocupan por la lengua escrita o hablada en tanto que medio de expresión e intercomunicación del individuo y la comunidad. Su análisis desde la perspectiva semiótico-lingüística sirve para evidenciar un uso especial del lenguaje basado en las distorsiones fonético-morfológicas, la ambigüedad, la polisemia, los juegos irónicos, la iconografía social y toda la serie de usos retóricos de ambos códigos (verbal e icónico), mientras que un análisis pragmático de su contenido y de las intenciones de sus emisores nos informará detalladamente acerca del grupo social que los produce y de aquel al que van destinados.

Ocurre, sin embargo, que existe un especial tipo de **graffiti** que, si bien participa de todas las características del **graffiti** mural ciudadano, difiere sensiblemente de éste en algunos aspectos concretos, aspectos que son, precisamente, los que nos interesa resaltar. Nos referimos, concretamente, al grupo de **graffiti** que se producen en un lugar cerrado, ajeno a la participación exterior y frecuentado por un grupo social de fácil delimitación. Pertenecen a este grupo especial, por ejemplo, las pintadas que se realizan en el interior de los muros de una fábrica, las que cubren las paredes de las celdas de las prisiones, las de los cuarteles, o las que, como las de nuestro corpus, son producidas por el colectivo estudiantil en los pasillos, aulas y lavabos de nuestras facultades universitarias.

Si el **graffiti** de ciudad tiene como especial característica la del anonimato, la de representar la voz airada de los sin voz, de cuantos no tienen otro foro que la calle, en cambio, las pintadas del interior de los muros universitarios y, especialmente, las de las puertas y paredes de los WC, representan la voz colectiva de un grupo perfectamente localizable y localizado. De ellos conocemos algo más que de los anónimos gritos urbanos, sabemos el grupo social que los ha codificado, su edad, su condición socio-cultural y sexo, y sabemos los referentes que los motivaron. Pero sabemos, sobre todo —y esto es lo que más nos interesa— que estos textos han sido generados colectivamente, que se han creado al ritmo de sus diferentes autores, y que, precisamente por eso, los mensajes que estos textos contengan, su tratamiento y las ideas en ellos vertidas nos aproximarán, inevitablemente, a los tópicos del colectivo que los generó. En este sentido, este espontáneo *buzón de sugerencias* de la puerta del WC se erige en portavoz de un colectivo no siempre escuchado y en tribuna de libre expresión de un grupo social muchas veces sometido a un silencio forzado.

A través de nuestro corpus, que recoge **graffiti** de las puertas de WC femeninos y masculinos de la Facultad de Filosofía y Letras de Tarragona, hemos intentado ofrecer una descripción tipológica de este subgénero textual, cuyas especiales características lo convierten, a nuestro entender, en un interesantísimo y peculiar objeto de estudio. Sin embargo, antes de referirnos especialmente a la tipología del que venimos llamando, a falta de una denominación menos escatológica, *graffiti de WC*, nos es necesario

señalar someramente las características estructurales que este tipo de producciones comparte con el mensaje mural ciudadano, de todos conocido.

1. TIPOLOGÍA COMPARTIDA POR LOS GRAFFITI URBANOS Y DE WC

1.1. Nivel de enunciado

Dentro de su especial estructura verbo-icónica, ambos tipos de texto comparten :

- i) Frases cortas, de estilo lapidario, carentes, en ocasiones, de recursos gramaticales y sintácticos adecuados

OTAN, no

CRIDA, collonuts

Ni espanyols ni ianquis, catalans

- ii) Utilización semiótica de elementos no lingüísticos, perfectamente decodificables por pertenecer a la competencia interpretativa común:


flechas de referencia


Viva la Generalitat de Catalaunya ⇒ La mierda

símbolos aritméticos

ETA = asesinos

y grafismos e iconografías de toda índole

 = 25 cm

 = CRIDA

- iii) Recursos retóricos compartidos, tales como el uso abusivo de las metáforas verbales e icónicas, antítesis, hipérbole gráfica y verbal (omnipresente en los **graffiti** sexuales), metonimias gráficas y verbales (casi siempre, también, sexuales), imágenes y comparaciones, generalmente resueltas mediante el grafismo de igualdad (=).
- iv) Uso abusivo de anagramas (♀) y siglas, en ocasiones modificadas (**PESOEZ**), así como el posible uso semiótico del color (negro o rojo, generalmente) y de la tipografía³.

1.2. Nivel de enunciación

- i) Identidad entre el **emisor** y el **destinador**.

En la mayoría de las pintadas, tanto urbanas como de WC, a pesar de su estilo asertivo, escasamente modal, y del aparente distanciamiento que confiere el anonimato, aparecen frecuentemente marcas de **implicación** del emisor, de manera que éste asume por completo la función semiótica del **destinador**, implicándose así totalmente en el enunciado:

No tirem quinquis a terra

Estoy bien dotado, 21, ¿qué te parece?

- ii) Autodestincación. Se produce cuando el emisor enuncia para sí mismo, y, en este sentido, se ha caracterizado precisamente la pintada como un grito de rebeldía válido por y para sí mismo, como enunciado que trueca su función apelativa propia por la puramente poética, y cuya sola existencia justifica el acto de su producción. Desde esta perspectiva debe entenderse precisamente el signo **ostensivo** (Eco, 1976) de un simple dibujo obsceno sin texto informativo, o la pura reproducción de siglas o anagramas, cuya sola presencia los convierte en enunciados.
- iii) Degradación del emisor. Cabe señalar también, como nota común a ambos tipos textuales, la ausencia de emisor conocido, así como la degradación de éste a través de su propio mensaje. En nuestra galaxia Guttenberg la sacralización de lo escrito pasa por el reconocimiento de la autoría, y, en consecuencia, tanto el anonimato de los mensajes murales como las presuposiciones que éstos generan acerca de su autor (incultura, falta de respeto y educación,

³ Presta especial interés a este aspecto, entre otros autores, Borgomano (1982), en su artículo sobre los **graffiti** murales de la ciudad de Romans.

etcétera) incidirán, necesariamente, en el **nivel perlocucionario** de la comunicación, modificando las expectativas del receptor:

Si los burros bolasen, Franco sería el rey de la abiación

- iv) Carácter apócrifo. La existencia de textos firmados no acrecienta la credibilidad de su autor, ni le confiere categoría jerárquica, puesto que generalmente es interpretada como una contra-información, tendente a oscurecer la posible autoría. Un **graffiti** de nuestro corpus, firmado, precisamente, *anónimo*:

Soy la más guapa de la Facultad de Filología. Anónimo

muestra inequívocamente la paradoja de la no asunción del texto.

En cuanto a los mensajes de firma colectiva:

Los contribuyentes

Ascó, hijos de puta. Firmado: Uno de tantos

5.º de Historia

éstos no son interpretados como marca de discurso común, sino, al contrario, como medio de ocultación de la individualidad emisora del mensaje, amparada en un colectivo.

- v) Ausencia de estructura argumentativa. En todo argumento se refleja inequívocamente la estructuración del texto, y ello exige, por lo tanto, estrategias propias del género, relacionadas con un espacio discursivo extenso, incompatible con la concisión lapidaria del **graffiti**, además de una predisposición conceptual a la serenidad discursiva, incompatible, a su vez, con el apremio de la pintada urbana y con el contexto situacional del **graffiti** de WC.

1.3. Nivel semántico

- i) Niveles temáticos similares, que hacen coincidir los **marcos referenciales** de los tres **tópicos de discurso** propios de la pintada de WC: política, sexo y contestación/frustración académica, con algunos de los diferentes **tópicos de proposición** que encontramos en las pintadas urbanas: política, sexo y contestación/frustración ciudadana. Así pues, si podemos hablar de **limitación autoselectiva** en el contenido temático de los mensajes de los mass-media, esta tematización limitada se extrema al máximo en el universo comunicacional de los **graffiti** de ambos tipos.

En los últimos tiempos, a estos tres marcos señalados hay que añadir la invasión de frases y consignas en inglés, más o menos crípticas (**Hot Blood**), o de otras de mayor difusión extraídas de las letras de las canciones de los ídolos musicales:

Don't worry, be happy.

2. TIPOLOGÍA ESPECÍFICA DE LOS GRAFFITI DE WC

A pesar de las evidentes similitudes que hasta aquí hemos señalado entre el **graffiti** de ciudad y el de espacios cerrados, a nosotros nos interesa especialmente las características particulares de este último, al que denominamos **texto múltiple**, puesto que su estructura, como veremos, difiere sensiblemente de cualquier otra clase de pintada mural. Así pues, definiremos este especial entramado textual bajo los siguientes parámetros que servirán para oponer ambos subgéneros murales:

2.1. Discurso múltiple (frente a discurso único)

El texto-puerta de WC posee en su especial estructura elementos propios de una configuración macroestructural, tales como las **presuposiciones**, las **correferencias**, los **tópicos de discurso**, ligados al **marco**, y los **conectores** y otros elementos ligados a la **cohesión** textual. Posee, además, como característica diferenciadora, la diversidad del sujeto emisor, y, sobre todo, los juegos semióticos-textuales propios de la especificidad del género.

En este sentido, este **emisor múltiple**, cambiante en cada micro-texto (que equivale al **graffiti** único de ciudad), puede transformarse, mediante un proceso semiótico particular:

- i) En objeto de referencia, a su vez, cuando otro **graffiti** enuncia algo sobre él:

Viva ETA ← Cabrón el que lo ha escrito

- ii) En sujeto receptor, cuando otro **graffiti** se suma al concepto u opinión vertido por él:

Viva ETA ← Gora Euskadi

- iii) Puede transformarse en sujeto destinatario si otro **graffiti** responde al suyo de manera explícita:

Viva ETA \Leftarrow Maricón, tendrían que caparte

- iv) Por otra parte, también el nivel del enunciado inicial (**Viva ETA**, en nuestro ejemplo), puede, a su vez, convertirse en objeto de referencia, si otro enunciado alude explícitamente a él:

Viva ETA \Leftarrow No, muera ETA

- v) O en objeto enunciado, a su vez, si otro enunciado-respuesta lo toma, parcial o totalmente, como tal:

Viva ETA \Leftarrow Ni Viva ETA ni pollas en vinagre

- vi) Pero aún hay más, ya que el primitivo nivel de enunciación de **Viva ETA** puede pasar a transformarse, por este proceso de semiosis en cadena, en objeto de referencia si otro **graffiti** enuncia algo acerca de la enunciación primitiva:

Viva ETA \Leftarrow Decir esto es signo de incultura

- vii) Y, finalmente, el proceso puede completarse cuando el emisor primitivo, ante el efecto perlocucionario de su mensaje, decide —gracias a un proceso de *feed-back* propio solamente de este tipo de texto mural— reemprender su rol emisor, pero esta vez desde su perspectiva de destinatario de los contra-mensajes generados, logrando así encadenar otra vez el juego combinatorio:

Viva ETA \Leftarrow Muera ETA \Leftarrow No me convencéis, sois una banda de capaos

2.2. Retroalimentación discursiva (frente a imposibilidad de retroalimentación)

Creemos importante señalar que la respuesta al **graffiti**, represente o no un contra-texto, no está generalmente relacionada con el ámbito del enunciadador, puesto que éste no había planeado con anterioridad su existencia. A pesar de ello, esta respuesta puede haber sido suscitada, voluntaria o involuntariamente, por medio de **estrategias ilocucionarias** diversas, tales como la provocación:

¿Catalanes? No, gracias

el desafío:

Si eres hombre espérame mañana en el bar

la sugerencia:

Haz el amor con tías. Es lo mejor

la orden:

Rechaza a la hembra

o el insulto:

Felipe maricón y Guerra cabrón

que pueden —y generalmente logran— funcionar como generadores del texto múltiple final.

Para que este proceso pragmático se realice, delatando así la cualidad perlocucionaria del mismo texto, es necesaria la participación de alguna de las dos estrategias siguientes:

- i) La fuerza **ilocucionaria** del mensaje ha sido reconocida y asumida por el receptor, provocando así en éste una reacción emanada **perlocucionariamente** que definirá el éxito o el fracaso de la estrategia, explicitándose en el texto mediante los mecanismos léxico-semióticos señalados:

Ni espanyols ni ianquis, catalans! ⇐ ¡Pero qué hijos de puta, cobardes y separatistas sois!

- ii) La fuerza **ilocucionaria** del mensaje no ha sido reconocida como tal por el receptor, pero, a pesar de ello, el mensaje ha suscitado una respuesta —deseada o no por el emisor— que no puede ser entendida en términos **perlocucionarios**, pero que supone igualmente la manipulación del hacer del receptor, en tanto que provocadora de respuesta:

Visca la CRIDA ⇐ NAZI-onalistas

2.3. Emisor/Receptor delimitado (frente a emisor y receptor no identificables)

La especial configuración del **graffiti** de WC permite apreciar un fenómeno de imposible experimentación en la pintada mural: el de la delimitación de los actantes protagonistas del acto sémico. En el caso concreto que nos ocupa, la especificidad actancial queda perfectamente determinada gracias a que el corpus estudiado corresponde a las puertas de WC, lo que nos permite identificar el sexo (varones o hembras), la condición sociocultural (estudiantes universitarios) y la procedencia geográfico-lingüística (catalán o castellano) de sus responsables.

Todo ello permite tanto al emisor como al receptor de estos textos el uso de estrategias propias del género, tales como las **presuposiciones** ligadas al marco y las **correferencias** entre los distintos niveles textuales. Son precisamente estas estrategias las que nos permiten considerar **texto** a este complejo ensamblaje signico que nos ocupa, sin que la ausencia de características esenciales a todo texto, como el **planeamiento inicial** y la **clausura** (van Dijk, 1972) se oponga a tal consideración.

2.4. Unicidad tipológica (frente a tipología compartida)

La pintada mural urbana comparte con otras estructuras textuales propias de la cultura de masas parecidos o idénticos componentes, ya que su tipología (ver epígrafe 1) se diferencia bien poco de la de cualquier mensaje conciso destinado a persuadir, dentro del universo masmediático. En este sentido, el *género* al que la pintada urbana pertenece engloba también otras estructuras equivalentes desde el punto de vista formal y pragmático, dado que cualquier texto publicitario, desde el eslogan político a la valla urbana, pasando por la escueta pegatina, comparten con la mayoría de los **graffiti** ciudadanos igual contenido retórico, parecida función ilocucionaria e, incluso, resultados perlocucionarios semejantes. Se cumple así la tipificación del *género* como **instrucción de lectura**, condicionado no tanto por los resultados obtenidos como por el reconocimiento previo de su intención ilocucionaria: convencer, persuadir, manipular, en una palabra, el **hacer** del receptor hasta convertirlo en un **deber-hacer**, modalidad del poder, o bien en un **querer-hacer**, modalidad del saber.

La pintada del WC, al contrario, pertenece a una tipología textual única, ya que su estructura organizativa no es compartida por producto textual alguno, aunque pueda mantener concomitancias evidentes con los textos antes mencionados. Pretende, como ellos, objetivos de persuasión, disuasión, convencimiento, subversión o repulsión, y consigue, como quizá

ninguno, el éxito perlocucionario ligado al escándalo y a la provocación. Intenta, como ningún otro tipo de texto:

persuadir:

Haz el amor con hombres. Es mejor, no hay embarazos

subvertir:

Harriva Hesphanha

informar:

Anarquía es libertad

provocar:

¿Catalanes?: una mierda

ordenar:

Quema tus apuntes

suplicar:

María Jesús, déjame follarte, por favor, te lo suplico

o convencer:

La castidad produce cáncer, vacúnate

Para lograrlo, emplea estrategias léxico-pragmáticas que presuponen la competencia lingüístico-modal del emisor y del receptor, que van desde el uso del imperativo, propio de enunciados coercitivos:

Follad, follad, que el mundo se acaba

al empleo de verbos o locuciones performativas:

Te acordarás de mí, Roberto, te lo juro

pasando por enunciados con estrategias léxicas provocadoras, basadas en el insulto y la palabra obscena:

Chúpate la tuya, maricón

Por otra parte, una característica propia del mensaje del WC, poco usual en la pintada urbana, es el uso de la modalidad ilocucionaria de la excitación sexual. El WC, del que alguien (Gubern 1978:7) ha dicho que favorece la evacuación mental a la par que la física, contiene abundantes mensajes destinados a la excitación sexual del receptor, encaminados a manipular su **sentir**, que se traduce en un **hacer-sentir** del texto que se acomoda en lo psicossomático, y que alcanza su mayor sentido dada la situación personal y locativa del usuario receptor:

**Cuando quieras te puedo masturbar, besar y penetrar en este lugar,
¿qué te parece?**

Con ello, la función ilocucionaria del mensaje, reflejada en sus estrategias lingüísticas, queda suficientemente explícita. Otra cosa es su eficacia, su éxito perlocucionario, cuyo análisis nos lleva al siguiente apartado.

2.5. Nivel pragmático comprobable (frente a nivel pragmático de difícil comprobación)

En los **graffiti** de los muros ciudadanos rara vez se escriben respuestas al mensaje propuesto, y cuando esto sucede es altamente improbable que fuera ésa la intención del emisor del mensaje. La presencia de réplica en ese tipo de **graffiti** resulta fuertemente dificultada, por una parte, por la localización y dimensiones del mensaje (muros altos, vallas, letras gigantes en muros o calzadas) y, por otra parte, por la improbabilidad de que el presunto replicante se encuentre, en el momento de recibir el mensaje, en condiciones prácticas de contestar (necesita ir provisto de spray o bote de pintura, tener tiempo, estar solo y sin posibilidades de ser visto, etc.). En cambio, el usuario de WC de Universidad llegará a enfrentarse con esta **opera aperta** en proceso de generación provisto de lápiz, bolígrafo o cualquier otro útil de escritura, y disponiendo, a la vez, de tiempo y soledad suficientes para que su acto quede impune. Tales condiciones son —por banales que parezcan— las que propician la existencia de estos escatológicos periódicos murales y los que permiten, en definitiva, su generación como textos.

2.6. Componentes macroestructurales (frente a microestructura textual)

Finalmente, queremos señalar como característica específica del **grafiti** de WC la presencia de componentes macroestructurales y textuales. Si tomamos, como lo hemos hecho, la puerta del WC como un todo uniforme, encontraremos en él todos y cada uno de los requisitos que la teoría textual (van Dijk, 1980) exige para poder hablar de **texto**. En esta unidad textual encontraremos la **superestructura**, definida como un **saber** del receptor acerca del texto, que le permitirá descodificarlo convenientemente, revelándose, al igual que el género, como una **orden de lectura** dada al receptor y propiciando una especial predisposición receptiva.

Contendrá también este producto textual las respectivas **macroestructuras**, formadas, a su vez, por distintos bloques textuales con caracteres comunes:

- i) **Tópicos de discurso**, ligados a los **marcos** y **submarcos** textuales. Si consideramos el marco general del **grafiti** universitario, podría encuadrarse dentro del campo *Frustración juvenil*, que comprendería, a su vez, los submarcos académico, sexual y político, reflejados en los **tópicos de discurso** y sus correspondientes frases-tópico:

La cultura es tortura

Aquí el Club de tías tortilleras

Una mierda: esto es la política

- ii) Pronominalizaciones, **correferencias** y referencias cruzadas:

Aixó (referido al enunciado anterior) és incultura

Tú confundes la cultura con el fanatismo

- iii) El funcionamiento de los **marcos textuales** antes citados permite la generación de **presuposiciones** dentro del texto-puerta. Conceptos como **ellos**, **nosotros** o **aquí**:

Nosotros aquí estudiando y ellos en su despacho rascándoselas

son identificados en el texto como *estudiantes*, *Facultad* y *profesores*, gracias a las presuposiciones referenciales que genera el marco.

- iv) La **coherencia** textual se expresa por medio de la organización del texto, señalada generalmente por medio de **conectores de frase**, tanto léxicos (**esto**):

Con Franco no había maricones — Esto es una burrada

como gráficos (\Rightarrow):

¡Cómo os gusta ensuciar las paredes!

↑

Lo mismo digo

así como por las **referencias pronominales**:

Castellanos, hijos de puta \Leftarrow **Vosotros sí que sois hijos de puta** \Leftarrow
 \Leftarrow **El padre del que lo haya escrito**

En este mismo sentido apuntan las referencias locativas resueltas, generalmente, por medio de adverbios:

Aquí se viene a cagar y no a hacer demagogia

2.7. Carencia de intención previa (frente a microtexto intencionado)

El emisor del **graffiti** urbano, al tratarse de un individuo aislado, produce su texto intencionadamente, como un todo acabado y autosuficiente. Dicho en otras palabras, el **graffiti** urbano posee **planeamiento textual**, ligado siempre a la intención previa, cosa del todo ajena al texto mural de WC, cuya organización no puede en absoluto ser planificada. La carencia de **intención previa**, y, por tanto, de **planeamiento**, impide la presencia de los mecanismos de **inicio** y **clausura** propios de todo texto, y, sin embargo, ello no impide que el texto-puerta sea considerado como tal por los sucesivos usuarios del WC, a los que les presenta como un todo unitario dotado de coherencia.

Hasta aquí, pues, hemos intentado una tipologización lo más completa posible de este entramado signico «puerta de WC» tomado como un todo unitario. Para ello nos hemos fijado en distintas **bases de tipologización** (Isenberg 1987), de las que nos parece importante entresacar las referentes al **dialogismo actancial** establecido entre los distintos niveles enunciativos

del texto, pues son éstos precisamente los que confieren un especial interés textual a estas producciones.

Referencias Bibliográficas

- ARIAS, F. (1978). *Los graffiti, juego y subversión*. Valencia: Fernando Arias.
- BORGOMANO, L. (1982). «ET VOUS?, lecture de graffiti dans la rue». *Le français dans le monde* 173, 94-103.
- BRAUDILLARD, J. (1974). «Kool killer. Les graffiti de New York ou l'insurrection par les signes». *Papers* 3. Barcelona: Ed. Barral.
- CASTLEMAN, C. (1982). *Los graffiti*. Madrid: Hermann Blume.
- COURANT, J.-Y. et al. (1985). «Les murs qui parlent». *Le français dans le monde* 191, 29-31.
- DIJK, T. A. van. (1972). *Some aspects of text grammars*. The Hague/Paris: Mouton.
- (1977). *Text and Context. Explorations in the semantics and pragmatics of discourse*. Londres: Longman. (trad. esp. *Texto y Contexto*. Madrid: Cátedra, 1980)
- ECO, U. (1977). *Tratado de Semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- GAN BUSTOS, F. (1978). *La libertad en el WC*. Barcelona: Dopesa.
- GUBERN, R. (1978). Prólogo a GAN BUSTOS, F. (1978). *La libertad en el WC*. Barcelona: Dopesa.
- ISENBERG, H. (1987). «Cuestiones fundamentales de tipología textual». En *Lingüística del texto*, E. Bernárdez (comp.), 95-131. Madrid: Arco Libros.
- NILSEN, D. L. F. (1980). «The grammar of graffiti». *American Speech* 55, 3, 234-239.
- SEMPERE, P. (1977). *Los muros del posfranquismo*. Madrid: Castellote.
- PERRY, R. (1976). *The writing on the wall*. London: Elm Tree Books.
- UMBRAL, F. (1983). *Diccionario cheli*. Madrid: Grijalbo.