



Facultad de Filosofía y Letras
Máster en Patrimonio Histórico y Territorial

Un diálogo mural: Graffiti y Street art
A mural dialog: Graffiti and Street art

Jaime San Juan

Director: Aurelio Barrón García

Curso 2016 / 2017

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN. Un análisis histórico del fenómeno.	3
2.1. GRAFITI	3
2.1.1. ETIMOLOGÍA Y PRECEDENTES HISTÓRICOS	3
2.1.2. EL GRAFITI <i>HIP-HOP</i>	6
2.1.3. EL GRAFITI Y EL ARTE.....	18
2.2. <i>STREET ART</i>	20
3. RELACIÓN DE FUENTES	25
3.1. EL CASO DE KEITH HARING Y JEAN-MICHAEL BASQUIAT	25
3.2. BANKSY	30
4. REFLEXIÓN TEÓRICA Y METODOLÓGICA.....	37
5. CONCLUSIONES.....	46
6. BIBLIOGRAFÍA	51
7. ANEXO	55

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del presente texto me dispongo a abordar un tema que cualquier ciudadano, aunque interpelado una y otra vez por su presencia en las calles, no suele detenerse en su interpretación: el *graffiti* y el *street art*.

Ambos términos suelen utilizarse indistintamente por la indiferencia que suelen suscitar al *espectador*, asunto que suele resolverse en una mueca de desprecio hacia un trasunto de incivismo, un discreto encogimiento de hombros, o – con menos frecuencia que lo demás- una pequeña oda a la libertad de expresión.

Dicho desconocimiento no se trata de una equivocación. Fruto de la negligencia o del interés político o sensacionalista, los medios de comunicación han tergiversado y desfigurado ambos términos hasta hacerlos irreconocibles, imposibles de definir sin que se necesite emplear una suerte de duda cartesiana que prescinda de estas informaciones. Tampoco han ayudado las instituciones académicas a arrojar algo de luz sobre los términos: tan solo algunos trabajos, muy escasos (véanse los casos de Martha Cooper y Henry Chalfant, Craig Castleman, Wacławek, o el caso de Joan Garí, Jesús de Diego, Gabriela Berti, o Javier Abarca en nuestro país), han cometido un análisis mínimamente riguroso, entrando en profundidad en la genealogía, la metodología, la teoría estética, la sociología, y su relevancia dentro de la historia y el mercado del arte.

Ante todo, excuso decir que mi objetivo no es alambicar aún más la ya nutrida bibliografía sobre la historia del graffiti en Nueva York, ni confeccionar un pastiche de imágenes ya más o menos populares sobre las obras de Banksy, Shepard Fairey o Space Invader. Mi objetivo no es otro que el de bosquejar un estado de la cuestión que facilite, delimite y, en el fondo, aclare al lector ciertos términos que hasta ahora le han podido pasar desapercibidos: qué es graffiti, qué es *street art*; o si se quiere, qué no es graffiti y qué no es *street art*.

Ya que cuento con experiencia como escritor de graffiti desde hace muchos años, también entiendo que mi punto de vista puede estar condicionado por ello, lo cual siempre puede enriquecerlo, pero también añadirle cierto sesgo, por lo que insto al lector a que, si es de su interés, se informe él mismo a través de la bibliografía, filmografía, webs, y demás material que le proporcione, así como del que él mismo encuentre conveniente. Advierto, sin embargo, que he procurado ser objetivo, requisito indispensable para cualquier trabajo académico.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN. Un análisis histórico del fenómeno.

2.1.GRAFITI

Es frecuente encontrarnos con historias sobre el arte urbano que cronológicamente se circunscriben a una época moderna, más concretamente a mediados de los sesenta y setenta en Estados Unidos. Las razones son de peso y las desarrollaremos en capítulos posteriores, pero cabe al menos hacer un comentario de aquellas manifestaciones escritas, pictóricas o simbólicas que acontecieron mucho antes de que los vagones de metro se viesen cubiertos de pintura.

2.1.1. ETIMOLOGÍA Y PRECEDENTES HISTÓRICOS

En primer lugar, debemos detenernos en la etimología del término. El término *graffiti* proviene del vocablo griego *γράφειν* (escribir, garabatear, dibujar) que pasa al italiano *graffiare*. La arqueología ha usado el término *graffito* para referirse a los rasgados y las inscripciones realizadas sobre superficies varias -piedra, cerámica, yeso- ya sea mediante erosión del material, o mediante el uso de tintas aplicadas sobre ellas. El uso en singular del vocablo debería ser *graffito* (un *graffito*) y su plural el de *graffiti* (dos *graffiti*), pero sin duda debido a la influencia capital del graffiti neoyorkino en la globalización del término, el anglicismo *graffiti* ha pasado a una voz singular y *graffitis* para su uso plural. Han existido tímidos intentos de adaptar el vocablo a diferentes lenguas, ya sea al francés *graffite* o *grafito*¹ en español, ambas con escaso éxito. Este fracaso filológico pone de manifiesto su impermeabilidad a las injerencias institucionales (lingüísticas, políticas) y mediáticas, así como la brecha entre su uso académico y su uso común entre los participantes de una comunidad lingüística que se reafirma por medio del lenguaje. En la versión del 2014 del diccionario de la Real Academia Española de la lengua, se recomienda el uso del término *graffiti* ya que en español la grafía “ff” no existe. La definición que encontramos es:

“Firma, texto o composición pictórica realizados generalmente sin autorización en lugares públicos, sobre una pared u otra superficie resistente.”²

¹ Tal es el caso de una de las primeras traducciones al castellano del libro de Castleman (CASTLEMAN, Craig, *Getting Up, hacerse ver: El graffiti metropolitano en Nueva York*, Madrid, Capitan Swing, 2013.) como *Los Graffiti* (CASTLEMAN, Craig, *Los Graffiti*, Madrid, Hermann Blume, 1987).

² REAL ACADEMIA ESPAÑOLA 2017, Diccionario de la lengua española, definición de “graffiti” [Consulta 26 junio 2017]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=JPvdsiL>

Debido a esta polisemia, muchos historiadores han calificado como grafitis algunas pinturas rupestres, las *programmata* en Pompeya, o las inscripciones de Smyrna. Ya Brassai en un texto anejo a su *Graffiti* (titulado vehementemente *De la pared de las cuevas a la pared de las fábricas*) nos dice lo siguiente:

“Los grafiti que aquí presentamos han sido tomados al azar de algunos paseos por París. En 1933, y a dos pasos de la Ópera, signos semejantes a los de las grutas de Dordoña, del Valle del Nilo o del Éufrates surgieron de las paredes. La misma angustia que ha labrado un mundo caótico de grabados sobre las paredes de las cuevas, traza hoy dibujos alrededor de la palabra «Prohibir», la primera que el niño lee en las paredes”³

Como recuerda Garí⁴, no hay que caer en el error de calificar estas pinturas como grafitis debido a su carácter privado, a que prescinden del carácter ilícito implícito en la propia esencia del grafiti, su subversividad. Existen ejemplos en el arte paleocristiano que sí desafían la autoridad y optan por lugares ocultos, clandestinos, pero dichos ejemplos tienen motivaciones religiosas alejadas del concepto contemporáneo que queremos definir. La dicotomía entre público y privado que manejamos en nuestras sociedades postindustriales no es asumible por aquellas, ni mucho menos conceptos como los de subcultura, o tan siquiera el concepto de arte. Además, en muchas ocasiones el grafiti antiguo no era ni mucho menos revolucionario, todo lo contrario, era producido por y para las élites⁵.

No cabe duda de que algunos ejemplos de grafismos se adecúan a ciertos rasgos distintivos del arte urbano: algunos mensajes tienen una intencionalidad por parte del autor de hacerse públicos, de llamar la atención y provocar al espectador. Muchos tienen motivaciones estéticas que modifican los caracteres y añaden iconos para enriquecer el mensaje. En definitiva, la máxima de McLuhan de que *el medio es el mensaje* está ya presente. Sin embargo, las diferencias son tan

³ BRASSAI, *Graffiti*, Londres, Flammarion, 2002, [consulta: 20 de Julio de 2017]. Disponible en: [http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/catalogo__brassai_\(77\).pdf](http://www.circulobellasartes.com/fich_libro/catalogo__brassai_(77).pdf)

⁴ GARÍ, Joan, *La conversación mural. Ensayo para una lectura del grafiti*, Madrid, Fundesco, 1995.

⁵ Véanse los ejemplos de loas al poder encontrados en las ruinas de Aphrodisias que recoge BAIRD; TAYLOR, *Ancient Graffiti*, en ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*, Nueva York, Routledge, 2016, pp. 215-240.

notables que equiparar lo antiguo y lo contemporáneo sería caer en una ucronía errónea que distorsiona aún más una posible comprensión del fenómeno.

Quizá no es hasta el siglo XIX cuando comienzan a surgir figuras que representan mejor los valores de un grafismo contemporáneo: personajes como Bozo Texino o Arthur Stace son un buen ejemplo. El primero de ellos – personaje principal del documental de Bill Daniel *Who is Bozo Texino?*⁶ – representa toda una tradición del grafismo en trenes de mercancías americanos, lo que también ha sido calificado como “hobo graffiti”: vagabundos, trabajadores del ferrocarril, polizones, cuya afición era marcar con tiza sus nombres (como en el caso de Texino junto a un símbolo) en los vagones, tejiendo así una red de mensajes, de marcas, que servirían como lenguaje y como método cohesión de una comunidad. El caso de Stace, más conocido como Mr. Eternity (1885-1967), es quizá más asombroso. Eternity, joven criminal y alcohólico primero y predicador infatigable después, se dedicó desde 1930 hasta 1960 -tras una epifanía escuchando un sermón sobre el Evangelio de Isaías (57:15)- a estampar a tiza aquella palabra que para él había sido reveladora: eternidad. Su campaña de proselitismo le llevó a que finalmente se le identificara con su firma que, aunque las intenciones fuesen más de fondo que de forma, no pudo evitar ser identificada con el personaje.

También encontramos ejemplos de pintadas políticas (me referiré más adelante en el apartado del desarrollo histórico del graffiti con más profundidad al asunto) en los acontecimientos del mayo del 68 francés por parte de los situacionistas, en los mensajes que se encuentran dentro de los baños públicos principalmente a partir de la década de los sesenta (también llamados *latrinalia*), o en los mensajes con una finalidad de demarcación territorial empleados por las bandas delictivas de Chicago, los Ángeles o California. Todas estas manifestaciones componen una base para lo que posteriormente se conocerá como “graffiti hip hop” que tendrá su auge en el Nueva York de entrados los setenta y principios de los ochenta. Todas anteceden al concepto que buscamos asir, pues comparten preceptos, intenciones -algunas con carácter formal junto a otras subyacentes como la intencionalidad dialógica y el contenido semántico- que desborden sus propios límites y gestarán un nuevo epifenómeno: el graffiti.

⁶ DANIEL, Bill, *Who Is Bozo Texino?*, 2005, [consulta 23 de Julio de 2017]. Información disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt2987966/>

2.1.2. EL GRAFITI HIP-HOP

Para encontrar los precedentes históricos que permitieron el nacimiento del movimiento *hip-hop* y, por ende, del grafiti en Nueva York, hay que remontarse a un estudio de las causas sociales y económicas que propiciaron un florecimiento de una subcultura urbana capaz de crear vías de comunicación independientes.

Es durante la época de la gran depresión de 1929 cuando se produce un gran éxodo rural de gran población de descendientes de esclavos emancipados a las grandes ciudades. Dicho éxodo -reflejado en la literatura en novelas como la célebre *Las uvas de la ira* (1939) de John Steinbeck⁷- lleva consigo una migración de valores culturales del proletariado rural negro a un contexto urbano tales como la música *blues*, *el jazz*, y *el ragtime*. Sin una economía capaz de absorber la nueva mano de obra, la población negra se vio relegada a los barrios más pobres de las urbes, convertidos ahora en auténticos guetos de criminalidad y marginalidad.

“La principal razón de todos estos delitos es el desempleo y la pobreza crónicos y continuados. Durante y después de la Segunda Guerra Mundial, los negros estadounidenses emigraron en un número sin precedentes de las explotaciones agrícolas a las ciudades en busca de puestos de trabajo en las fábricas, justamente en un momento en que la economía estaba en rápida transición de la producción de bienes a la producción de servicios e información. Actualmente, más de la mitad de los negros norteamericanos viven en grandes ciudades, y más de la mitad de éstos -aproximadamente 7,5 millones de personas- viven en los lugares más sucios y más deteriorados del centro de estas ciudades. Durante la década de los setenta, en las grandes ciudades, mientras que el número de blancos pobres que vivían en el centro descendió en un 5 por ciento, el número de negros que vivían en la pobreza en el centro de las ciudades aumentó en un 21 por ciento. Mientras que, en 1983, uno de cada ocho blancos se acomodaba a la definición gubernamental de pobre, uno de cada tres negros también. Trabajar para salir de la pobreza no es tan fácil cuando el valor económico de la mano de obra de los negros supone en promedio un 60 por ciento del valor de la mano de obra de los blancos, la misma proporción de tres quintos que los autores de

⁷ STEINBECK, John, *Las uvas de la ira*, Barcelona, Planeta, 1962.

la Constitución de Estados Unidos usaron para valorar a los esclavos negros en cuanto a representación política.”⁸

Estos cambios culturales importados de las comunidades migrantes modifican las relaciones sociales y económicas de la ciudad, y son factores determinantes para comprender el origen de expresiones creativas como el *hip-hop* y, en particular, el grafiti⁹.

Durante los años 60 y 70 se produce en Nueva York el florecimiento de una nueva subcultura¹⁰ a espaldas de la hegemónica, el *hip-hop*, capaz de canalizar las inquietudes de una población pobre, inmigrante, y joven. Lo que se han llamado “los 4 elementos del *hip-hop*” -*graffiti*, *breakdance*, *rap*, *DJing*- sentaron las bases del movimiento. Este movimiento hunde sus raíces en las *inner cities*, volcando a miles de jóvenes a expresar mediante la música *rap* las dificultades a problemas derivados de la pobreza en las grandes ciudades, a nuevos bailes, y, también, a encontrar caminos para hacerse ver (*getting up*) dentro de un entorno que les es hostil. El grafiti es el vehículo de expresión artístico de estos jóvenes, que comienzan a escribir sus nombres en sus barrios, en los parques, en las estaciones de metro, comienzan a organizarse en grupos (*crews*), comienzan, en definitiva, a forjar una comunidad cuyo fin es destacar sobre el resto y desafiar los cánones impuestos por una autoridad de la que no se sienten partícipes.

Podemos diferenciar dos fases evolutivas dentro del *graffiti hip-hop*¹¹, la primera desde sus orígenes en los setenta hasta finales de los ochenta, y la segunda de los ochenta hasta los noventa.

La primera fase de expansión del movimiento tiene como figura central la firma, el *tag*. Suele asumirse por parte de los que más han profundizado en el caso neoyorkino (Castleman, Chalfant,

⁸ HARRIS, Marvin, *Antropología cultural*, Salamanca, Alianza, 2001. p. 515.

⁹ DIEGO, Jesús de, *Graffiti. La palabra y la imagen*, Barcelona, Los Libros de la Frontera, 2000, pp. 150-151.

¹⁰ El término subcultura, como se apresura a incidir De Diego, encierra múltiples interpretaciones por ser significativamente problemático. Por un lado, apunta a descripciones desde la antropología urbana que entienden el concepto de subcultura como una cultura de la pobreza, y otras que apuestas por una nueva comprensión de la pobreza de la ciudad (HANNERZ, Ulf, *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*, Nueva York, Columbia University Press, 1992.; CASTELLS, Manuel, *City, class and power*, Nueva York, Macmillan Education, 1978.). El propio autor se adscribe a una tercera definición de Pamela Dennat en la que la subcultura constituye una “cultura paralela ajena a la cultura hegemónica institucional en sus medios de difusión, de creación y, en última instancia, en sus mismos intereses.” (DIEGO, Jesús, ob.cit., p. 140)

¹¹ Aceptaremos aquí la nomenclatura heredada de Garí (GARÍ, Joan, “*La conversación mural...*”, ob.cit.), que a su vez hereda de Baudrillard, para diferenciar el grafiti americano (más centrado en el estilo), del grafiti europeo y, especialmente, del modelo francés, más centrado en un mensaje político e icónico.

Cooper) que el pionero en comenzar a plasmar aquí y allá su nombre fue un joven de ascendencia griega llamado Demetrios, cuyo alter ego era TAKI 183. Esta rúbrica aparecía en los vagones de metro, estaciones de bus, monumentos, fijándose a los materiales con la viscosidad plástica que proporcionaba la pintura del aerosol. Así describe Castleman este suceso:

“Las primeras muestras de pintura mural se remontan a la época prehistórica. Pero la historia de la modalidad de grafiti característica del metro de Nueva York se inicia, según el parecer general, a finales de los años sesenta, cuando un joven de Washington Heights llamado Demetrius empezó a escribir su apodo, Taki, y el número de su casa, 182, en las paredes, en las marquesinas de los autobuses, en los monumentos públicos y, sobre todo, en las estaciones de metro de todo Manhattan.”¹²

Sea producto de la mitomanía o no, lo cierto es que este individuo forma parte ya de la historia del grafiti como primitivo representante del pistoletazo de salida de una guerra de estilos que pondrá en jaque a las autoridades. Después de TAKI vinieron decenas más: Frank 207, Chew 123, Julio 204, Bárbara 62, Soul 1... todos centraban su actividad principalmente en la firma. Este punto es de importancia capital para captar la relevancia y las características particulares de este tipo de grafiti neoyorkino: es el *tag* el elemento fundamental sobre el que se articula todo, la firma, el nombre; y de ahí seguirá lo demás, el estilo. Los grafiteros comenzaron a adoptar el título de escritores (*writers*), y comenzaron a bombardear la ciudad con firmas, en principio sin ningún objetivo más allá que ver su nombre repetido y adquirir fama. Aún en los primeros pasos de esta fase inicial, el estilo era un asunto menor, lo realmente importante era la ubicuidad, el respeto, llegar a más sitios que el resto, y no prestar atención a las propiedades ornamentales. En este momento todavía las letras son legibles, se reconocen perfectamente las grafías, pero pronto comienzan a añadirse adornos (estrellas, coronas, flechas), que complican la lectura y que precipitan el primer paso hacia una encriptación gremial. Ese estilo cada vez más abigarrado va configurando lo que con posterioridad se conocerá como *wildstyle*: los caracteres se alargan y contorsionan hasta lo imposible, se entremezclan dando una sensación de movimiento y elasticidad que tiene como contrapunto la opacidad sintáctica.

¹²CASTLEMAN, Craig, *Getting Up, hacerse ver: El graffiti metropolitano en Nueva York*, Madrid, Capitan Swing, 2013, p. 83.

Es curioso como esta primera fase, que tiene como protagonista principal la firma, al importarse a nuestro país adquiere ciertas características autóctonas subrayables. El estilo flechero madrileño simboliza una nota distintiva dentro del panorama internacional, en la que el escritor MUELLE tiene un protagonismo ineludible. Juan Carlos Argüello (1966-1995), más conocido por su inconfundible muelle, popularizó a mediados de los ochenta un estilo que multiplicó las flechas, añadiendo otras particularidades como la marca registrada (la letra “R” encerrada en un círculo) que, en un primer momento era puramente accesorio, pero, con el tiempo, se hizo realidad: inscribió su firma en el registro para tener *copyright*. Después de él vinieron otros como BLECK la rata (que hurtaba su nombre del poco celebrado BLECK LE RAT francés, inspirador directísimo de BANKSY en el futuro), TORO, RAFITA, TIFÓN (Daniel Guzmán, más conocido por su posterior carrera en el mundo del cine y la televisión), REMEBE, DÓLAR, o GLUB (contando este último con unas memorias sobre su actividad en aquellos años muy interesantes). Antes de la llegada de Afrika Bambaataa y los primeros focos de cultura *hip-hop* en España -frecuentemente en las inmediaciones de las bases americanas de Alcorcón y Alicante- la flecha ya hacía acto de presencia en las calles de la capital, y un claro ejemplo de ello lo encontramos en el documental de Pascual Cervera titulado *Mi firma en las paredes*¹³ que reflejaba las inquietudes de aquellos jóvenes. Dejando a un lado este peculiar desarrollo del estilo local, las cosas siguieron evolucionando a lo largo de los ochenta por Nueva York. La mayor complejidad de las firmas fue pareja al avance en las herramientas: se perfeccionaban las boquillas, iban siendo más accesibles rotuladores con punta más ancha... incluso el ingenio hacía que los escritores modificasen algunos utensilios domésticos -reutilizando betunes e introduciendo la tinta, fabricando rotuladores con carretes de fotografía y la parte acolchada de los borradores de las pizarras, etc.- para marcar la diferencia con el resto y, sin darse cuenta, poner en marcha una carrera por la innovación y el desarrollo pictórico.

En un indeterminado momento de congestión de las principales zonas de bombardeo de firmas (estaciones y demás), los escritores dieron el paso a los vagones del metro. Este paso fue crucial y supuso un salto cualitativo en el desarrollo del fenómeno. Los escritores que antes

¹³ CERVERA, Pascual, *Mi firma en las paredes*, Radio Televisión Española (RTVE), 1990 [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/programas-y-concursos-en-el-archivo-de-rtve/cronicas-urbanas-firma-paredes/1067387/>

asumían ciertos riesgos (multas, guerras con otras bandas delictivas, anonimato), ahora los asumían con más contundencia: la peligrosidad de pintar en los hangares custodiados por vigilantes y perros, alambradas, los carriles electrificados, la cuantía sustancialmente mayor de las penas... pero todo ello tenía como finalidad una mayor exposición pública, que su nombre circulase de una parte a otra de la ciudad a la vista de todos. Escritores como Super Kool, Phase II, Stan 153, Skeme, Lee, Blade, o el celeberrimo Seen, comenzaron a llenar de colores los vagones. Las firmas iban quedando atrás y se iban imponiendo nuevos estilemas, colores, y nuevas formas. El *throw up* (la “pota”), el *estilo pompa*¹⁴, el *plata rápido*¹⁵. Todas estas nuevas formas combinaban ya varios colores -aunque con una gama cromática y una profundidad todavía simple- que seguían al desarrollo natural de la firma. Estas nuevas manifestaciones se caracterizaban por tener un fondo más o menos uniforme de un color base (cualquiera servía mientras hiciese contraste con el trazo del contorno, aunque los más populares por su sencillez era el uso de blancos y negros que, con el tiempo, evolucionaría hacia un estilo “plata”, que hoy encontramos en la mayoría de *piezas rápidas* de autopistas, cierres y, en general, en cualquier lugar en el que el escritor no pueda disponer de tiempo suficiente para nada elaborado), un trazo que defina el relleno, y en ocasiones un mensaje del autor en uno de los costados.

La batalla comenzó a librarse en los trenes, y así queda reflejado en aquella obra clave del grafiti que fue el documental de Chalfant y Tony Silver “Style Wars: The origin of Hip-Hop” (1983)¹⁶. En aquellas imágenes se veían las necesidades de expresión de aquellos adolescentes,

¹⁴ Dentro de los *throw-ups*, el *estilo pompa* es característicamente redondeado. Suele trazarse sin levantar el *spray*, de un solo trazo, y recuerda a ciertas tipografías presentes en el comic.

¹⁵ El término *Throw up* entraña alguna descripción más exhaustiva, debido a que bajo este nombre encontramos una diversidad de prácticas heterogéneas. En general, la “pota” hace referencia a una composición simple de pocos colores, rápida, en la que el autor busca simplemente “dejarse ver”, algo a medio camino entre una firma y una pieza (*piece*) en la que se introducirían colores, fondo, y otras características que requerirían de planificación y logística necesarias. Debido a que suelen realizarse a la carrera (*on the run*), suelen tener un acabado muy pobre en contraste con las piezas, pero algunos han sabido sacar partido a esta sencillez y han hecho de ella su sello distintivo (véase el caso de BUNY o COUN en España). Al tratarse de una de las formas de escritura más ilegal (directamente suele llamarse a esta práctica “vandal”) y más perseguida por los servicios de limpieza, los escritores han ido modificando los hábitos (posiblemente también motivados por una industria del *spray* que ha ido respondiendo a las necesidades que los escritores reclamaban para que sus trabajos permaneciesen el mayor tiempo posible sin ser borrados), y han ido utilizando más y más el color plata para sus fines. El color plata es más difícil de borrar por su mayor densidad de cromo, por lo que personifica perfectamente la herramienta perfecta para el cometido. También, los colores para trazar han ido avanzando en tecnología, y ahora existen gamas de negros con pintura de mayor densidad para que el cromo no se “coma” la pintura, dando un acabado más óptimo.

¹⁶ CHALFANT, Henry; SILVER, Tony, *Style Wars*, Public Art Films, 1983, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NFBRfhoABIQ>

sus sueños por pintar en más sitios y hacerse conocidos por todos, los problemas familiares que les suscitaba pintar en la calle, las opiniones de las autoridades sobre el fenómeno y sus iniciativas para erradicarlo, en suma, el bullir que se vivía en plena efervescencia de un movimiento en pleno vigor. El documental tuvo un impacto tremendo en la opinión pública, especialmente en los jóvenes, lo que produjo una multiplicación de las pintadas y las *crews* en la ciudad. Se consolidó una escena con una terminología propia que ha sido recopilada en diversas ocasiones: Chalfant en su *Spraycan Art* ¹⁷(1987), Sarah Giller en su web *Art Crimes* ¹⁸(1996), y otros glosarios en internet que acumulan gran cantidad de términos relacionados con el grafiti y, en general, con el *hip-hop* ¹⁹.

Esta terminología tenía, como apunta Jesús de Diego²⁰, dos funciones pragmáticas:

- Cohesión del grupo: en un modelo comunicativo compartido, la cohesión entre los participantes se acentúa. Además, el lenguaje privado garantiza que personas ajenas no puedan participar sin antes tener unos conocimientos básicos la propia comunidad.
- Traducción de elementos: Es el propio uso el que criba algunos términos e incorpora otros nuevos, en un ejercicio constante de autocritica. Algunos se irán modificando o adaptando, de lo que planteo varios ejemplos. En el caso de los *throw-ups*, debido al uso antes referido del color plata, el término evolucionó hacia *silvers*. En el caso de los *whole-cars* (vagones pintados enteros, de arriba abajo y de un lado a otro), la traducción del término anglosajón pasó al castellano a denominarse vulgarmente *jolcar*. También las categorías del grafiti en trenes fueron avanzando, y se empezaron a popularizar expresiones como *palancazo* (técnica genuinamente española de parar un tren en marcha accionando la palanca de seguridad y pintando en los escasos minutos en los que el tren está parado), o a ser más preciso con el tipo de tren que se pintaba (“un espejos” para los trenes de cercanías con grandes espejos, “banana” para los trenes holandeses, “turcos” ...)

Las obras de este *graffiti hip-hop* han sido descritas ya con suficiente detalle, pero encuentro necesario hacer un breve apunte esquemático para mejorar su comprensión de cara a hablar después de su evolución y a los problemas derivados de ella. Podría ser algo así:

¹⁷ CHALFANT, Henry; PRIGOFF, James, *Spraycan art*, Nueva York, Thames and Hudson, 1987.

¹⁸ GILLER, Sarah, *Art Crimes*, [consulta 26 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://www.graffiti.org/>

¹⁹ WIKIPEDIA, *Glossary of graffiti*, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_graffiti

²⁰ DIEGO, Jesús de, *ob.cit.*, pp. 200-201.

- CALLE: Entiendo por trabajo de calle a todo aquel que se lleva a cabo en superficies estáticas, sea cual sea su naturaleza (un cristal, un muro de piedra, el cierre de un establecimiento). El trabajo puede ser por iniciativa propia del escritor o un encargo privado. En estas superficies pueden encontrarse *tags*, *throw-ups*, *piezas*, plantillas... es el campo más completo y en el que encontramos toda la diversidad de estilos que el grafiti puede dar, y también es el marco en el que nacerá el *street art*. Las obras más sencillas las encontramos aquí, y también las más complicadas. Es posible una actividad ilegal, y una actividad legal (ya sea trabajos no remunerados para organizaciones, exposiciones, exhibiciones, o trabajos remunerados para negocios en busca de una customización más urbana y juvenil, o intentando evitar que sus negocios sean presas de los escritores pagando por algo más personalizado, homogéneo, y duradero). Este territorio no se reduce a las zonas más céntricas de las ciudades, sino que se propaga por todas las zonas del extrarradio, autopistas, edificios abandonados, fábricas, y en general todo el territorio periurbano e incluso rural.
- TRENES: Aunque no todo se reduce a los grafitis en trenes de ferrocarril y metro, los trenes son la superficie más importante fuera de la actividad de calle. Si bien es cierto que no todo son trenes – también hay grafiti en autobuses, funiculares, incluso barcos- los trenes son la parte más fundamental, la superficie más genuinamente esencial del grafiti. Es popular entre los escritores de grafiti la sentencia “no trains, no fame”, frase que deja claro la importancia que estos tienen para un escritor si quiere destacar y ganarse el respeto. El grafiti en trenes tiene factores especiales a tener en cuenta: se trata de piezas que suelen ser rápidas (en el caso del *palancazo* o de los *tómbolos*, trenes parados por motivos de mantenimiento o en espera, el tiempo para ejecutar una pieza es mínimo; y en el caso de los trenes en cocheras o hangares subterráneos, el tiempo, aunque superior, siempre depende de la suerte y la planificación, por lo que siempre una huida o “marrón” ²¹ puede dejar incompleta una pieza), destinadas a circular y por tanto a contar con pocos segundos de impacto visual sobre el espectador, y además un factor de peligrosidad añadido que se ha ido incrementando con la utilización de cada vez más sofisticadas medidas de seguridad

²¹ El término “marrón” hace referencia a la interrupción por parte de la policía o cualquier agente de seguridad de cualquier actividad por parte de los escritores de grafiti. El término posiblemente derive de una jerga carcelaria presente, por ejemplo, en todas las películas de temática “kinki” de mediados de los ochenta.

(perros, cámaras, sensores de movimiento, puertas blindadas...y en algunos países, los trenes y los metros son custodiados por el ejército).

Aunque podríamos añadir otras apreciaciones más pormenorizadas sobre descripciones, este simple esquema sintetiza, a mi juicio, las dos facetas fundamentales del grafiti *hip-hop*. Dos vías de expresión en las que se desarrolla todo el grafiti en sus tres modalidades más sustantivas: la firma, el *throw-up*, la *pieza*. Esta clasificación no tiene en cuenta la legalidad/ilegalidad de las obras ya que, una clasificación que sí lo tuviese, caería en las consideraciones que llevan a esgrimir una defensa del *street art* como “arte” entre el “vandalismo” del resto, lo que, como intentaré defender más adelante, es un error.

Si hasta los ochenta la técnica se fue perfeccionando, ya en los noventa era una realidad. La prensa hablaba de ello, surgían reportajes que alababan las nuevas vanguardias que las calles dictaban y, debido a esta toma de conciencia por parte de la mayoría de la sociedad del fenómeno, comenzaron a llevarse a cabo las primeras respuestas políticas de persecución contra el grafiti, encarnadas principalmente por el alcalde neoyorquino John V. Lindsay. Castleman recopila algunas declaraciones de la época del alcalde al respecto bastante esclarecedoras:

“En la primavera de 1972 apareció en la prensa local un nuevo artículo sobre el tema del grafiti. Su intención no era ayudar a que los neoyorquinos se familiarizaran con los escritores, sino declararles la guerra a estos últimos. El 21 de mayo, el Presidente del Consejo, Sandford Garelik, se expresaba en los siguientes términos ante un grupo de periodistas: El grafiti contamina el ojo y la mente y puede ser una de las peores formas de contaminación que hemos de combatir. Invocaba a los ciudadanos de Nueva York a unirse a declarar una guerra abierta contra el grafiti y además recomendaba el establecimiento de un día mensual de lucha contra el grafiti, en el cual los neoyorquinos, bajo los auspicios del departamento de medio ambiente, se dedicarían a raspar paredes, vallas, edificios públicos, estaciones y vagones del metro, etc.”

“Pidiendo un mayor interés por parte del público en relación con este problema el alcalde exclamó: ¡Por el amor de Dios, neoyorquinos, acudid en ayuda de vuestra gran ciudad: ¡defendedla, protegedla, socorredla!”

“El alcalde terminó la ceremonia ratificando su teoría de que la escritura de grafiti tiene que ver con algún tipo de enfermedad mental. Y finalmente describió a los escritores como unos cobardes inseguros que quieren afirmar su personalidad.”

“La “guerra contra el grafiti” comienza aquí de la forma más agresiva, generando una oleada de desagrazos que llegará a su paroxismo en calificaciones como “pandemia”, “plaga”, y que se verá reflejado en medidas como la instalación de alambradas, pastores alemanes, o hacer ilegal la venta de *sprays*²²”.

Con estas palabras comenzaba en Nueva York una batalla contra el grafiti que dura hasta nuestros días, y que Ronald Kramer califica de “moral panic over graffiti”.²³ Un rechazo tan frontal de las autoridades (con la connivencia más o menos fiel de los medios) no puede sino recordarnos las persecuciones llevadas a cabo por la Ley Seca (o *Prohibition*) de los años 20 en Estados Unidos. Esta manera en la que el poder político rechaza tan rotundamente el grafiti como un acto de barbarie, incívico, y pone todos sus brazos a trabajar para acabar con él, hace que resulte una medida sospechosa. Uno se puede preguntar qué es lo verdaderamente grave para que se tomen medidas tan extraordinarias y, sobre todo, uno se debe preguntar *¿cui prodest?*

Autores como Sarah Giller, Jeremiah Luna y Pamela Dennat consideran la represión como una respuesta natural de las instituciones hacia un discurso que no pueden asumir. Eliminar el grafiti sería, ante todo, eliminar la disidencia cultural. Es más, sería eliminar la disidencia cultural capitalista (que, huelga decir que hegemónica, pero que creo conveniente recordar por las implicaciones derivadas del propio sistema). Dos opiniones al respecto se pueden citar aquí que, aunque excesivas, ayudan a aclarar los resortes represivos que venimos comentando.

“¿Qué es lo que nos está impidiendo participar en el juego de la producción pública de sentido? Nuestros espacios públicos permanecen firmemente controlados por intereses del capital y del estado capitalista. La renuncia a nuestra capacidad para adornar nuestro entorno es un buen ejemplo de la depravación a la que ha llegado nuestra situación bajo el capitalismo tardío. A menos que uno tenga mucho dinero, el acceso a los muros públicos

²²CASTLEMAN, Craig, ob.cit., p. 200.

²³ KRAMER, Ronald, *Straight from the underground*, en ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*. Nueva York, Routledge, 2016, pp. 678.

está bloqueado. Y, si por alguna casualidad alguien posee dinero suficiente, se está obligado, por lo general, a producir más dinero con las imágenes que adornan esos mismos muros públicos mediante la publicidad de algo para vender. Aquellos que se rebelan contra las exigencias del capitalismo empeñándose en la autoproducción sin beneficio se enfrentan al castigo a manos del estado capitalista, en forma de multas o incluso del encarcelamiento. No importa cuán vociferantes las trompetas de los medios de comunicación alardeen de su objetividad, ellos trabajan al unísono con el estado capitalista, ayudando a difundir su ideología. De esta forma, se gana el consenso y la complicidad del público acerca de las leyes represivas que prohíben el graffiti y otros actos de creación de sentido que no se conforman y sortean la lógica comercial que domina nuestro espacio público.

No es difícil encontrar indicios de complicidad de los medios de comunicación. Una serie de artículos sobre el problema del graffiti que han aparecido en el San Francisco Chronicle durante los dos últimos años resultan típicos. Las motivaciones subyacentes que propician estos artículos dejan entrever lo que yo llamaría una lógica exterminacionista, concepto que está relacionada con el descrito por el filósofo Philippe Lacoue-Labarthe en su reciente libro *Heidegger, Arte y Política*. Labarthe afirma que Auschwitz y los innumerales exterminios que allí tuvieron lugar revelaron las contradicciones más profundas del Occidente civilizado, manifestando el funcionalismo latente más brutal en el deseo de alcanzar la perfección eliminando todos los signos indeseables del Otro. La retórica de los artículos del San Francisco Chronicle revela un similar deseo de limpieza, ¡aunque, desde luego, nadie aseguraría querer llegar a ese extremo! De todas formas, el movimiento que intenta erradicar los signos indeseables de la presencia del Otro está claramente relacionada con el de erradicar a ese Otro de una forma física.”²⁴

Quizá con una opinión más alejada de la *ley de Godwin* ²⁵ en la que Luna parece caer, Giller señala también las contradicciones que el graffiti supone al sistema:

²⁴ LUNA, Jeremiah, *Eradicating the stain: Graffiti and Advertising in Our Public Spaces*, 1997 [consulta: 24 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://sunsite.icm.edu.pl/graffiti/faq/giller.html>.

²⁵ Enunciado propuesto por Mike Godwin (también conocida como *ley de Godwin*) que establece: “A medida que una discusión en línea se alarga, la probabilidad de que aparezca una comparación en la que se mencione a Hitler o a los nazis tiende a uno” [consulta 24 de Julio de 2017]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Ley_de_Godwin

“La políticas culturales (de los gobiernos), especialmente en su faceta de exclusión y aceptación, afectan a la identidad de las formas artísticas. Las políticas culturales producen subjetividad, son productoras de sentido, determinan lo que va a ser aceptado como verdad y distribuyen conocimiento. El sentido de estos productos son entonces entendidos y usados en las relaciones de poder como forma de impactar en la sociedad. El resultado del control por parte de una élite de la formación de normas culturales, significados y conocimiento es el de una definición de los grupos subordinados en relación a la voz dominante. En un sistema exclusivista, la experiencia de vivir con la condición de ser otro no es de elección propia. La alteridad define la identidad y limita lo que se puede hacer. Las relaciones de poder determinan la identidad. Consecuentemente, el acto de definir la propia identidad es un acto de poder para aquellos que carecen de éste de cualquier forma.”²⁶

Ambas opiniones, insisto, son quizá excesivas, pero dan lugar a un debate más profundo sobre el derecho y la propiedad. No cabe duda de que el motivo principal por el que el grafiti ha sido penado es por su ataque a la propiedad privada, *ápeiron*²⁷ del sistema capitalista vigente. Este problema sobre la legalidad lo trataré en las conclusiones del presente trabajo, por lo que ahora simplemente me limito a compartir algunas opiniones producto de las primeras acciones policiales, como eslabón de enganche para tratar uno de los siguientes pasos del grafiti neoyorquino en los 80 y en adelante: su incursión en el mundo de las galerías del arte y del mercado.

Algunos escritores, los más relevantes, recibieron ofertas comerciales para decorar algunos establecimientos. La población -en la mayoría de barrios periféricos- asumía esa estética urbana que el grafiti había impuesto en la ciudad como parte de ella misma, y algunos comercios querían modificar su imagen para dar a su negocio un aire más juvenil que diese un empujón a las ventas. Normalmente los trabajos se reducían a un diseño por parte del dueño que incluía algún logotipo o el nombre del negocio en tipografía totalmente legible, por lo que algunos estilos como el *wildstyle* estaban prohibidos y la libertad creadora de los escritores estaba sometida a los dictámenes del acuerdo.

²⁶ GILLER, Sarah, *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*, 1997, [consulta: 22 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://sunsite.icm.edu.pl/graffiti/faq/giller.html>

²⁷ Término filosófico usado por Anaximandro de Mileto para referirse al principio u origen (*ἀρχή*) de todas las cosas, identificándolo con lo «*indefinido*» o «*ilimitado*».

Por lo señalado, a medida que se desarrollaba la década de los ochenta, la estética del grafiti aparece ya formando parte de anuncios publicitarios, es influencia en el mundo de la moda, y en general comienza a ser una tendencia artística en alza. El mensaje del *hip-hop* se degrada y se frivoliza, dando lugar a un giro en la comprensión del grafiti, ahora como *kitsch* y no como vanguardia.

“Si se admite que una definición del *Kitsch* podría ser comunicación que tiende a la provocación del efecto, se comprenderá que, espontáneamente, se haya identificado el *Kitsch* con la cultura de masas; enfocando la relación entre cultura "superior" y cultura de masas, como una dialéctica entre vanguardia y *Kitsch* (...) Con fórmula feliz, Clement Greenberg ha afirmado que, mientras la vanguardia (entendiendo por ésta, en general, el arte en su función de descubrimiento e invención) imita el acto de imitar, el *Kitsch* (entendido como cultura de masas) imita el efecto de la imitación²⁸.”

Algunas de las mayores empresas de Estados Unidos también se suman a la moda del bombardeo. Un caso de especial relevancia por el revuelo mediático que trajo consigo fue la campaña de viralización “Love, Peace & Linux”, que inundó la ciudad de San Francisco de símbolos de paz, corazones, *smilings*, y pingüinos (logotipo de la marca *Linux*). El acontecimiento saltó rápidamente de la calle a los tabloides,²⁹ amplificando mucho más los efectos propagandísticos. Antes incluso, en los años ochenta, la compañía automovilística Ford Motor Company utilizó la imagen de un joven pintando con *spray* la frase “The end is near”. Los ciudadanos de Chicago protestaron por el anuncio denunciando que “decía a los jóvenes que es correcto pintar la propiedad ajena con pintura³⁰”. En España también hemos tenido algunos ejemplos, mucho más contemporáneos, de anuncios impregnados de una estética *hip-hop*, utilizando cualquiera de sus elementos. Haciendo memoria, podemos recordar aquel anuncio de Vodafone a ritmo de rap “que son veinte megas, ¡a ver si te enteras!”,³¹ la utilización de la estética del grafiti por el programa televisivo de “Fama: a

²⁸ ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Lumen, 1984, pp. 88-89.

²⁹ NICCOLAI, James, *IBM's graffiti ads run afoul of city officials*, CNN.com, 2001, [consulta 24 de Julio en 2017]. Disponible en: <http://edition.cnn.com/2001/TECH/industry/04/19/ibm.guerilla.idg/>

³⁰ EBONY JR., *Bring on the books*, Johnson Publication, 1984, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=0MQDAAAAMBAJ&pg=PA31&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

³¹ JAZZTEL, *ADSL2+*, 2005, [consulta 25 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=vfDknvCN8Ho>

bailar”³², o las reposiciones de aquella famosa serie americana en la que se veía a un gamberro Will Smith pintando las paredes de su barrio antes de irse a Bel-Air³³.

Dentro de la comunidad de escritores de grafiti, toda aquella actividad que se aleje de su actividad natural - pintar en cualquier lugar su nombre con *sprays* y rotuladores-, de manera ilegal y sin interés económico, se entiende como otra cosa, algo que ya no es grafiti propiamente dicho. El uso del aerógrafo o de pinceles, supone acercarse a las herramientas propias del arte común, de igual manera que aceptar trabajos decorativos convierte al escritor en un artista común. Los círculos del arte, las galerías, los críticos y marchantes, son vistos, o bien con recelo, o bien como estafermos a merced de los poderes económicos que manejan en realidad las instituciones.

A pesar de estas premisas, muchos escritores de grafiti empezaron a colaborar con algunos organismos relacionados con el mercado del arte, aceptando trabajos y cobrando algunas sumas de dinero que les permitiese subsistir con ello, dejando a un lado su actividad en la calle para centrarse en actividades más “formales”. Los motivos de este cambio de actitud por parte de algunos ya los hemos ido apuntando: la popularización de la estética grafiti hizo crecer la demanda de producción, y la política anti-grafiti estranguló poco a poco la actividad.

2.1.3. EL GRAFITI Y EL ARTE

Las primeras incursiones del grafiti dentro de las galerías se empezaron a dar ya en los años setenta, más en concreto en 1972 de la mano de un estudiante de sociología de *City College* de Manhattan llamado Hugo Martínez. Martínez, que capitaneó hasta 1982 la *Union of Graffiti Artist (UGA)* gracias a las amistades que se fue labrando de su encuentro con algunos jóvenes escritores de Manhattan como Snake I, Stitch I, Cat 87, que a su vez eligieron a nuevos miembros para la organización a los ya respetados Lee 163, Bama, o Phase II. El grupo comenzó reunido en el apartamento de Martínez, y finalmente consiguió un *loft* en la zona norte que arrendaban al municipio por un importe simbólico de un dólar anual. A pesar de algunos conflictos internos que acusaban a Martínez de ser racista y machista con la gestión de las admisiones en el grupo, en 1973 se inauguró la primera exposición en la *Razor Gallery* del Soho (Nueva York) formada por

³² WIKIPEDIA, *Fama ¡A bailar!*, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Fama,_%C2%A1a_bailar!

³³ WIKIPEDIA, *The Fresh prince of Bel-Air*, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/The_Fresh_Prince_of_Bel-Air

una veintena de lienzos. El precio de las obras oscilaba entre 200 y 3000 dólares, de los que, según el relato de Bama recogido por Castleman,³⁴ se vendieron bastantes. El grupo terminó prescindiendo de Martínez para realizar una última exposición en la *Artist Space Gallery* del Soho y, finalmente, se autodisolvió.

Otra de las organizaciones que han facilitado la entrada de escritores en las galerías es la *Nation of Graffiti Artist (NOGA)*, fundada en 1974 por el actor Jack Pelsinger. Del contacto con Martínez y los miembros de UGA, Jack montó un pequeño taller en Washington Heights abierto para todos los escritores (incluidos aquellos que no eran aceptados por la UGA). En diciembre de 1974 organizó la primera exposición en el Central Savings Bank de Broadway. El grupo siguió creciendo, se fueron añadiendo nombres más conocidos a sus filas como Stan 153, IN, o Kase. Durante el año 1975 el NOGA exhibió algunas obras y en 1976 el Prospect Hospital del Bronx les encargó la confección de un gran mural. En 1977 una iglesia metodista del Bronx puso a la disposición de la organización un almacén para sus actividades, que han ido menguando hasta la actualidad.

En 1978 Stefan Eins y su colega Joe Lewis abrieron la *Fashion Moda Gallery* en el sur del Bronx, y rápidamente también se convirtió en un punto de encuentro dentro de la escena de confluencia entre el grafiti y el arte. Otras galerías como la *Razor* de Nueva York o la *Medusa* en Roma empezaron en aquellos años a exponer grafiti de artistas como Lee, Futura 2000 o Seen. En los ochenta se produce la gran explosión del grafiti en los ambientes *underground* del arte en Nueva York como nueva tendencia cultural de moda.

“In the 1980s, New York’s Lower East Side saw the proliferation of multi-disciplinary arts events and tightly knit social scene revolving around creativity, parties, and drugs. Like Abstract Expressionism in the 1940s, or the beat poets and social activist if the 1960s, the Graffiti movement blossomed within a specific, subversive social scene.”³⁵

El trasvase cultural había comenzado a cruzar el Atlántico, y en 1983 el museo *Boijmans Van Beuningen* de Rotterdam acoge diversas exposiciones de algunos escritores como Blade, Seen, Crash, Noc y Lee. El mercado europeo (Dinamarca, Francia y Países Bajos) fueron aceptando la

³⁴ CASTLEMAN, Craig, *ob.cit.*, p. 432.

³⁵ ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *ob.cit.*, p. 468.

entrada de algunas obras, lo que fue un factor decisivo para la institucionalización del grafiti dentro del mercado del arte mundial³⁶. El trabajo de algunos galeristas como Claudio Bruni o Yaki Kornblit fue decisivo en este aspecto. Aunque descontextualizado de su medio, el grafiti y la cultura *hip-hop* desembarcaba en el viejo continente bajo una nueva piel: el arte urbano.

2.2. STREET ART

Es durante ese 1983 cuando se inaugura la exposición “Post-Grafiti” en la *Sidney Janis Gallery*, dando, a mi entender, un paso importante hacia una institucionalización de aquello que, hasta la fecha, había quedado etiquetado como “grafiti” y con el que ahora, con la inclusión del prefijo “post”, había de prestarse a un análisis diferente. Es, como digo, este prefijo el que marca un salto cualitativo entre el calificado como “grafiti hip hop” imperante hasta la fecha y un nuevo periodo de “artistas urbanos”, un salto fraguado por comisarios, galeristas, y demás individuos vinculados a las instituciones. Lo que otrora fueron grafitis - si se quiere hablar en un lenguaje punitivo, “pintadas”-, ahora se presenta como el fruto maduro de un proceso artístico. A modo de bisagra, el prefijo redefine términos porosos y ambivalentes como el de marginalidad, dotándolo de un nuevo significado: joven, urbano, rebelde, *fresco*. Los medios de comunicación, la toma de conciencia generalizada de su actividad independiente de la de las bandas criminales, así como la participación de individuos provenientes de las clases medias, propició dicho cambio de actitud y de recepción.

“This change of perception may have been spurred by an increased use of graffiti in mainstream marketing, media, and in the production of local creative capital by the turn of the century (Baudrillard, 1993; see also Alvelos, 2004). Just as it had once been associated with hip hop culture in New York, it was becoming seen as part of hipster culture in L.A...

In neighborhoods like Echo Park – a traditionally Chicano/a and bohemian district in Los Angeles (Hurewitz, 2007)- graffiti, which was once seen as evidence of a strong gang presence, began to be seen as indicative of artsy lifestyles and fashionably transgressive sensibilities (Bloch, 2012a). Part of this shift is the result of graffiti increasingly being understood as produced by white, art-school educated, middle- class, suburban, men and

³⁶ ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *ob.cit.*, p. 678.

women possessing high degrees of distinctive social, economic, and cultural capital (Bourdieu, 1984, 1986; Lasley, 1995). The turn away from conflating graffiti with gang activity also resulted in a name change.

Graffiti in some of its more acceptable forms began to be called “street art”, a less portentous term than “post-graffiti”, which had been use in academic circles since the efforts to gallerize graffiti in New York City in 1983 (Janis, 1983; Dickens, 2008).³⁷

En vista que las medidas adoptadas por las instituciones políticas con el fin de erradicar de las calles el grafiti no tienen el resultado esperado, el *establishment* comienza a buscar alternativas para convertirlo en un fenómeno *socialmente aceptable*. El grafiti quedará definitivamente desacreditado como arte y pasará a verse como un pasatiempo de jóvenes inadaptados empeñados en burlar a las fuerzas del orden para ensuciar la ciudad con su ego-feísmo críptico. En el post-grafiti y el arte urbano, sin embargo, se prescinde de sus inconvenientes: el nombre del escritor ya no tiene un papel principal, ni tampoco la superficie; los muros pasan a ser lienzos, lo ilegal y efímero de la obra se pierden.

La cada vez más fuerte represión llevada a cabo por las patrullas anti-grafiti en el Nueva York de mediados de los ochenta, junto con la operación de lavado de imagen del grafiti (aceptado y por tanto *aceptable*) en las galerías, hace que el movimiento *underground* se mueva hacia el oeste y que allí germine un movimiento alternativo. La llamada Generación X, jóvenes desencantados con el ideal *hippie* que se refugiaron en el *punk*, el *skate* y, el grafiti como formas expresivas; tomó el relevo. Esto es manifiesto en la emergencia de grupos clásicos del nuevo estilo como Red Hot Chili Peppers, Linkin Park, Blink 182, que dieron pie a novelas como *La Escoba del sistema* de David Foster Wallace. También se sumaron ilustradores, los dibujantes de cómic, directores de cine independiente -véase, como ejemplo, la obra de Kevin Smith- y diseñadores gráficos. Se creó una nueva red de galerías más preocupadas por mantener los valores tradicionales del grafiti como la *Alleged Gallery*, abierta en 1992 por Aaron Rose, como una década antes ya lo fue la *Fun Gallery* o la *Razor*.

Algunos escritores como BG183, SEEN, BLADE o la TATS CREW, empezaron a confeccionar murales patrocinados por empresas como Sony o Coca-Cola, así como diseños para

³⁷ ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *ob.cit.*, pp. 441-442.

artistas como Big Pun, Rick Ross, Metallica, Nikki Minj, etc. Otros cambiaron el aerosol por el ordenador, el arte digital y el diseño gráfico, incluso el diseño de juguetes, de ropa, muebles (ejemplos como Wise, Ces, Rime, Roid...o en nuestro país Dems, Rois, Lahe, El niño de las pinturas, Okuda, etc). Como hemos dicho, la influencia del *skate*, el *punk rock*, la cultura *tattoo*, fueron determinantes en la revitalización y redifusión del movimiento, generando un nuevo campo de producción cultural del que salieron estrellas como Shepherd Fairy, Stephen Powers, o Invader. El empuje de estos artistas allanó el terreno para un género más inclusivo en formas y mensajes que pasó definitivamente a denominarse *Street Art*/Arte Urbano hasta nuestros días.

Quizá el siguiente acontecimiento importante que ha llamado la atención del mundo entero por haber cobrado con relevancia en medios y ser objeto de controversia ha sido el artista británico Banksy. Se podría decir que Banksy no ha sido del todo original, que tiene como referencia otros artistas (en su mayoría continentales) de los que copia/toma ideas y las transforma. Tomando como referencia un análisis histórico, no tiene lugar hacer una crítica así ya que ninguna creación puede tomarse como *ex nihilo*, por lo que hay que valorar su importancia a través de otros factores. Como nos dice Maia Morgan en su artículo *Graffiti, Street art, and the evolution of the art market*³⁸, es pertinente hablar de un momento *post-Banksy* dentro del mercado del arte contemporáneo. A pesar de que muchos artistas han ido medrando dentro del mercado durante todos estos años, de que han ido cobrando relevancia en ciertas esferas de influencia (presente en exposiciones en las *Blue chip galleries* de Chelsea, foco de especial importancia para el mercado del arte de Nueva York, así como en el *MoMa*, y otras galerías europeas), no cabe duda de que Banksy es el más laureado por la crítica. Ya por el año 2014, muchas galerías comenzaron a realizar retrospectivas sobre artistas con un estilo cercano al grafiti/arte urbano, he incluso el mercado se extendió más allá de sus límites tradicionales y se comenzaron a vender obras directamente extraídas, es decir arrancadas de la calle, para su posterior venta. Esta práctica, curiosamente, no era ilegal debido a que los artistas no poseen derechos sobre las obras que han realizado, en muchas ocasiones, en propiedades privadas. Pero, volviendo a la nueva oleada de artistas que como Banksy han copado el mercado, podemos destacar las obras de Faile, Swoon, Bast, Kaws, Mcgee, Fairey y ESPO como componentes sobresalientes de un estilo más acorde al artista urbano, y clásicos como Futura, Lee,

³⁸ MORGAN, Maia, *Graffiti, Street art, and the evolution of the art market*, en ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *ob.cit.*, p. 462.

Seen2, Cope2, que continúan su evolución como escritores de grafiti sin perder su estilo original de aquellos setenta en Nueva York.

A lo largo de estas páginas, he intentado llevar a cabo un recorrido histórico desde los precedentes historiográficos, la explosión del *graffiti hip hop* en los sesenta y los setenta, la conversión en post-grafiti de la mano de algunos iconos, su periodo de reconversión y mezcla con otros estilos comúnmente proscritos como “populares” -cómic, diseño gráfico, cultura punk y *skate*- hasta un nuevo resurgir del fenómeno gracias a la actividad de artistas como Banksy.

En la actualidad, la televisión y sobre todo internet son herramientas indispensables para entender la expansión global que ha tenido y tiene el fenómeno. Cada día podemos encontrar más páginas, *tumblr*s, cuentas de Instagram, en fin, redes sociales y demás ciberespacios especializados en el género, así como cada vez hay más especialistas interesados en la materia.

Superada la tradicional distinción entre “arte elevado” y “arte popular” -en terminología de Eco, la dialéctica entre *Apocalípticos e integrados*- llevada a cabo, quizá en primer lugar por las vanguardias y quizá posteriormente por el impresionismo abstracto, hay que añadir, como oportunamente apunta también Morgan³⁹, el importante relevo generacional dentro de las instituciones. Todos los jóvenes que crecieron en los setenta y los ochenta y que se vieron imbuidos por la publicidad, la televisión, el cine, y lo que veían en las calles, ahora son los mismos curadores, galeristas, y críticos que manejan los aparatos del sistema institucional. Aquellos jóvenes -que ahora están en la treintena o cercanos a los cuarenta- también son figuras relevantes dentro del coleccionismo y de las altas finanzas. Algunos ejemplos dentro del gremio de directores de cine independiente (como Jonathan Levine o Aaron Rose), hasta Angelina Jolie y Brad Pitt comprando obras de Banksy por valor de un millón de libras⁴⁰. En el caso español también tenemos algunos mecenas interesados en la materia. Jaime Colsa, fundador y consejero delegado de la empresa de transportes Palibex, coleccionista y también promotor del proyecto *TruckArtProject* que, en los últimos años, ha dado la posibilidad a jóvenes artistas urbanos (Suso33, Okuda, Spok, Rosh333, Felipe Pantone, Aryz, Remed, Nano4814, Sen2 Figueroa...) de

³⁹ MORGAN, Maia, *ob.cit.*, p. 460.

⁴⁰ DAYLYMAIL, 'Brangelina' spend £1 million on Banksy work at contemporary art auction in London [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-487230/Brangelina-spend-1-million-Banksy-work-contemporary-art-auction-London.html>

decorar algunos de los camiones de su empresa a la vez que ha promocionado económicamente el rodaje de cortos y la producción de grandes murales o exposiciones. Otros galeristas como Javier López y Fer Francés, o de nueva apertura como la *Fresh Gallery*, también han apostado por artistas urbanos para sus colecciones, y han abierto nuevas vías de difusión para este contenido.

Si bien es cierto que el grafiti se beneficia del lavado de imagen que se está llevando a cabo -gracias al más que comprensible desinterés por diferenciar entre géneros, lo que llevaría a destapar el trampantojo e incurrir en una hipocresía *oficial* y escandalosa-, no es menos cierto que la represión y la doble vara de medir persisten, siendo cada día más ridículo tratar como vandalismo cosas que a vuelta de página son reclamo turístico o nuevas formas de “expresión urbana” (*sic*).

En este apartado he querido exponer un desarrollo que permita discriminar entre los dos términos que me propuse definir al inicio. Espero que a lo largo de estas líneas el lector haya podido adquirir elementos de juicio, y con este motivo me remito al apartado 5 a efectos de inferir algunas conclusiones que, espero, sean suficientemente aclaratorias.

3. RELACIÓN DE FUENTES

3.1. EL CASO DE KEITH HARING Y JEAN-MICHAEL BASQUIAT

Dos figuras principales que nos pueden ilustrar el cambio de paradigma son Keith Haring y Jean-Michael Basquiat. Ambos ejemplifican dicho proceso, y un repaso de su producción artística y de lo que sobre ellos se ha escrito puede servirnos a modo de fuentes de trabajo.

El joven de ascendencia haitiana Basquiat (1960-1988), junto a su amigo de la escuela Al Diaz, comenzaron a bombardear a finales de los 70 la zona del SoHo neoyorquino con soflamas y eslóganes antisistema a los que les seguía una enigmática firma: SAMO. En entrevistas posteriores, Basquiat y Diaz aclararon que el acrónimo SAMO provenía de una broma que tenían entre ellos al fumar marihuana, de la que siempre decían que era “la misma vieja mierda/ the same old shit”, lo que dio como resultado SAMO. El emplazamiento de los escritos, su escritura clara, su mensaje -reivindicativo⁴¹ a veces, otras filosófico, otras confuso y poético- llamaron la atención de los medios y de los galeristas de la zona. Su estilo naif pero provocativo -que el crítico J. Deitch calificó de “combinación entre De Kooning y garabatos del metro”-, la energía de sus mensajes, y su combinación de elementos propios del pop-art y del grafiti⁴², fueron las características suficientes para cosechar excelentes críticas y éxito comercial. Como ellos decían, no se trataba de grafitis ordinarios, “SAMO was like a refresher course because there’s some kind of statement being made. It’s not just ego graffiti.”⁴³ Como él mismo reconocía -aunque dicha afirmación quede en entredicho por ser él mismo quien la prodigue- “my graffiti is separate from that graffiti”, lo que lo convertía en un sujeto único y diferente.

El caso de Keith Haring (1958-1990) es de importancia análoga. Haring comenzó pintando en las estaciones de metro desde muy joven, primero con aerosoles y después en marquesinas vacías en las que pintaba con tizas. Estas acciones le ocasionaron algunos arrestos, pero dejaron en evidencia una indefinición latente: alguien que pintaba siluetas de personajes de cómic y naves

⁴¹ Como él lo calificó “a tool for mocking bogusness” en FRETZ, Eric, *Jean-Michael Basquiat: A biography*, Santa Barbara, Greenwood, 2010, p. 26.

⁴² Su actividad como escritor, como queda reflejado en su biografía (FRETZ, Eric, *ob.cit.*, p. 14), junto a su encanto personal y su buena apariencia, le ayudó a ganar popularidad en los círculos del arte.

⁴³ FRETZ, Eric, *ob.cit.*, p. 28.

espaciales con tiza era tratado con la misma dureza que los que pintaban metros y trenes⁴⁴. Su trabajo en el metro comenzó sobre el año 1981 y lo abandonó por el año 1985 aunque, sin embargo, mantuvo su estilo: referencias a la cultura pop, repetición de un logo que funcionase como firma del artista, sencillez, y cierto toque de ingenuidad. Basquiat y Haring se conocieron en la School of Visual Art (SVA), en la época en la que Basquiat y Diaz bombardeaban la zona de SAMOs. Algunos de los estudiantes de la escuela se pasaban las noches en el Club 57, entre los que se encontraba la joven bohemia neoyorquina del momento: Madonna, Cyndi Lauper, Klaus Nomi, Futura 2000, RuPaul, Charles Busch... en aquel club se leyó un panegírico tras el “SAMO© IS DEAD” que terminó definitivamente con la amistad entre Diaz y Basquiat. Aquella arenga corrió a cargo de Haring, y fue una de las últimas apariciones de Basquiat por aquel lugar hasta la exposición de Kenny Scharf “Celebrating the Space Age” de 1980.

Tanto Basquiat como Haring tienen en sus comienzos una poderosa influencia de la imaginería propia del grafiti que, poco a poco, van abandonando. Sería un error (aunque un error que les fue muy útil como marketing) calificarlos de grafiteros al uso, ya que ninguno de ellos mostró interés por ninguna de sus formas -la firma, los trenes, las piezas-, ni tampoco formaron parte de ningún grupo o movimiento que les envolviese. Ambos sí comparten el afán de hacerse ver -el *getting up*, quizá más selectivo en el caso de Basquiat-, y referencias a la cultura *hip hop* - en el caso de Basquiat las coronas y las letras, en el de Haring los iconos pop-, y la ilegalidad.

Cabe destacar el papel que jugó posteriormente en la carrera de los dos ex-escritores el afamado artista y *celebrity* Andy Warhol. Quizá en el caso de Basquiat más que en el de Haring. Entre el año 1984 y el año 1985 Warhol, Basquiat y Francesco Clemente realizaron una serie de colaboraciones pictóricas de la que surgieron quince lienzos expuestos en la galería Bischofberger de Zúrich, y que consolidaría una amistad entre el rey del *Pop Art* y el joven Basquiat que duraría prácticamente hasta el fallecimiento de Warhol. Fue Warhol quien introdujo a Basquiat en los círculos más herméticos y elitistas de la *beautiful people* neoyorquina, y fue él quien apostó por un artista emergente y se afanó en convertirlo en un referente del gremio. Por el año 1983 Andy y Keith también forjaron una relación de amistad y, análogamente al caso de Basquiat, en cierta medida de mecenazgo: Andy también le introdujo en los círculos de influencia, muchos de ellos

⁴⁴ HARING, Keith, Fromo the archives: Keith Haring was here, CBS Sunday morning, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=W04j0Je01wQ>

vinculados al ambiente homosexual y transexual -véase como ejemplo el documental *Paris is burning*⁴⁵ (1990) de Jennie Livingston- de mediados de los 80 en Nueva York.

Ambos supieron granjearse un reconocimiento como artistas, combinando una estética vulnerable para ser reinterpretada como grafiti/arte urbano por las élites del mundillo, y se amoldaron a los cánones establecidos, al *packing for the market*, es decir, a las reglas del negocio. Hasta Warhol – que reconocía aquello de que *ser bueno en los negocios es la clase más fascinante de arte*⁴⁶- quedó fascinado por el éxito de aquellos jóvenes. En la entrada del 14 de Mayo de 1983 de su diario, escribe:

“Quedé con Benjamín y fuimos al centro, a la exposición de Sandro Chia en la Galería Castelli (taxi 5\$). Luego fuimos a la Galería Tony Shafrazi y vimos la obra de alguien que se llamaba...se me ha olvidado. Son los grafiti de Fred Flintstone, por eso se le conoce...Kenny no sé qué, dijeron que valían 16.000. ¡Pero si son chicos que hace nada estaban en la calle!”⁴⁷

A pesar de que la obra de Haring y Basquiat comenzó con un trabajo de calle, su evolución se fue desprendiendo de esas referencias hasta hacerse irreconocibles. Con la repentina muerte de Warhol, la sobredosis de Basquiat y la muerte por SIDA de Haring en 1990, también dejaba al graffiti -aunque fuese de forma deforme y disfrazada con prefijos- sin su representación en el mercado.

⁴⁵ ⁴⁵ LIVINGSTON, Jennie, *Paris is burning*, Art matters Inc, 1990, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt2987966/>

⁴⁶ WARHOL, Andy, *Mi filosofía de A a B y de B a A*, Barcelona, Tusquets, 2001

⁴⁷ WARHOL, Andy, *Diarios*, Barcelona, Anagrama, 2007, p. 432

1960	Basquiat nace el 22 de Diciembre en Brooklyn. Su madre, Matilde, es de ascendencia puertorriqueña y su padre, Gérard, haitiana.
1971-81	Las firmas de TAKI 183 recorren las calles, y especialmente el metro. El grafiti comienza su periodo de expansión por la ciudad y el joven Basquiat lo tomará como referencia para su posterior trabajo como artista.
1977-1978	Comienza a escribir, junto a su amigo Al Díaz, la palabra “SAMO” por todo Manhattan. En diciembre de 1978 el <i>Village Voice</i> publica una entrevista de ambos.
1979	Crea junto a otros la banda <i>Gray</i> . Durante esta época entabla amistad con otros artistas del School of Arts y, en especial, con Keith Haring.
1981	En febrero de este año es invitado a una exhibición colectiva llamada <i>P.S. 1</i> en Queens (Nueva York), atrayendo toda la atención. En septiembre de ese mismo año es invitado por la <i>Annina Nosei's SoHo gallery</i> a emplear su estudio en un espacio de su local. Obras destacables: <i>Airplanes, Arroz con Pollo, Famous Negro Athletes</i> .
1982	La primera exposición en solitario de Basquiat, en la <i>Annina Nosei's SoHo gallery</i> , obtiene favorables críticas y pingües beneficios económicos que le permiten moverse a un <i>loft</i> de Crosby Street. En diciembre de este año René Ricard's publica un artículo en la revista <i>Artforum</i> titulado “The Radiant Child” que promociona a Basquiat internacionalmente. Obras; <i>Charles the First, Dos Cabezas, Head of a Fryer</i> .
1983	Haring y Basquiat son incluido en la <i>Biennial exhibition</i> del <i>Whitney Museum</i> . También se traslada al <i>loft</i> de Andy Warhol en <i>Great Jones Street</i> . En septiembre de este mismo año el escritor de grafiti Michael Stewart muere después de un arresto policial, y Basquiat conmemora su muerte en su obra <i>Defacement</i> .
1984	Inaugura una nueva exposición en la <i>Mary Boone Gallery</i> con un gran éxito comercial. Sus obras aparecen también en la reapertura del <i>Museum of Modern Art's</i> . En agosto expone en el museo de Edimburgo, y dos de sus obras son incluidas en la exposición <i>Since the Harlem Renaissance: 50 Years of Afro- American Art</i> de Pensilvania. En septiembre participa en la

	<i>Collaborations: Basquiat, Clemente, Warhol</i> en la que se exponen quince trabajos colaborativos en la <i>Bruno Bischofberger Gallery</i> de Zúrich
1985	En febrero aparece como portada de la <i>New York Times Magazine</i> . Inaugura en mayo una segunda exposición en la <i>Mary Boone Gallery</i> , de la que destaca su obra pintada sobre madera <i>Gold Griot</i> . Una nueva exposición junto a Warhol en la <i>Tony Shafrazi Gallery</i> . Poco después rompe su relación con Warhol y comienza con su abuso de drogas.
1987	El 22 de febrero muere Andy Warhol, lo cual sume a Basquiat en una espiral de drogas y depresiones. Su trabajo de estudio se incrementa en esta etapa. Obras destacadas: <i>Victor 25448</i> , <i>Riding with Death</i> , <i>Gravestone</i> (en memoria de Warhol)
1988	En junio se inaugura la primera exposición en Nueva York después de dos años de inactividad. Esta exhibición en la <i>Baghoomian Gallery</i> es un éxito, y la crítica valora con optimismo su vuelta a la actividad. Finalmente el 12 de agosto, después de un intento de desintoxicación en Hawái, muere en su <i>loft</i> de <i>Great Jones Street</i> producto de una intoxicación por abuso de drogas.

3.2. BANKSY

El caso de Banksy es, quizá, el que más impacto ha tenido en el mundo desde la popularización del grafiti en los medios y la profusión de su estética hasta nuestros días. Banksy encarna a la perfección el papel de superhéroe de los cómics: nadie conoce su verdadera identidad, actúa de manera furtiva y, por medio de su sátira a la sociedad de consumo, pone encima de la mesa las contradicciones internas del *sistema*.

“Entre los héroes dotados de características humanas, podemos citar, en primer lugar, la pareja Batman y Robin. También en este caso, tenemos a dos individuos que ocultan su personalidad bajo el aspecto de otra (...) Si pueden formularse dudas respecto a Batman y Green Arrow, en lo que atañe a los otros tres la suma de sus posibilidades operativas está fuera de discusión. Por otra parte, es evidente que cada uno de estos personajes es profundamente bueno, moral, subordinado a las leyes naturales y civiles, por lo que es legítimo (y hermoso) que emplee sus poderes con fines benéficos. En este sentido, el mensaje pedagógico de estas historias sería, por lo menos a nivel de la literatura infantil, altamente aceptable, y los mismos episodios de, violencia de que están sembrados varios de los episodios, tendrían una finalidad en dicha reprobación final del mal y en el triunfo de los buenos (...) Si el mal asume el único aspecto de atentado a la propiedad privada, el bien se configura únicamente como caridad.”

De la misma forma que el movimiento Anonymous utiliza la máscara de Guy Fawkes – aquel católico inglés que intentó asesinar al rey Jacobo I en la llamada *conspiración de la pólvora*-, Banksy, bajo una máscara de anonimato, compone una crítica a base pastiches pop y críticas más o menos agudas que buscan despertar al espectador, provocar y, a la postre, generar debate. Uno de los logotipos más representativos de la obra de Banksy es su ya popular rata. La rata como elemento distintivo no es original de Banksy, como hemos dicho anteriormente éste copia (o está influido, según se quiera mirar) por los *pochoirs* del artista urbano francés Blek le Rat. Xavier Prou comenzó allá por 1981 a llenar las calles de París de roedores, alter ego animal que ocultaba un anagrama (RAT/ART), y que era “el único animal que sobrevive al apocalipsis”.⁴⁸ La rata de Banksy recoge este aire escurridizo y subterráneo que envuelve la figura de la rata en el imaginario

⁴⁸ BLEK LE RAT, *Manifiesto*, [consulta 20 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://blekleratoriginal.com/en/blek-le-rat-2/>

colectivo, imagen que evoca las calles de Oliver Twist, a la peste, la polución industrial... algo que me atrevería a decir que también guarda cierta relación con las revoluciones obreras del siglo XIX, y especialmente la Primera Internacional en Inglaterra: en algunas piezas de Banksy encontramos un rechazo casi ludita ⁴⁹ a la máquina como objeto culpable de la alienación industrial-capitalista.

Banksy también prescinde de la firma en sus trabajos. Sus obras aparecen directamente en su página web que es lo que las legitima como obras auténticas del autor. Muchas de las obras, sobre todo de su primera época, han sido cubiertas por nuevas capas de pintura, tanto por otros escritores, por las autoridades encargadas de la lucha contra las pintadas, o en *beefs*⁵⁰ con otros artistas. Tres son las víctimas de sus acciones: los políticos, los ejecutivos de publicidad, y los escritores de grafiti⁵¹.

Paradigmática fue la batalla entre King Robbo y Banksy por las calles de Londres. Como ya ocurría en *Lo viejo y lo nuevo* (*Staroye i novoye*, Eisensetein, 1929) con las transformaciones campesinas de granja a factoría, o como quedó reflejado en aquellos debates televisivos de *Jóvenes y carrozas* de la época de la movida, también entre el mundo del grafiti y el del arte urbano se produjeron desencuentros que desembocaron en piezas “pisadas”, tachaduras, y mensajes al adversario. La polémica entre ambos comenzó con la acción de Banksy sobre una pieza de Robbo en el Regent’s Canal de Candem. El mural estaba ya muy deteriorado, y Banksy cubrió la mitad de la superficie con un gris como el utilizado por las patrullas anti-grafiti y añadió la plantilla de un operario, recreando así -y dando a entender, aviesamente- que aquello ya estaba obsoleto. Posteriormente aparecieron firmas de Robbo sobre el trabajo de Banksy, un añadido en el que ahora se leía “FUCKING ROBBO”, y finalmente un dibujo de una tumba con “R.I.P Banksy’s career” (Descanse en paz la carrera de Banksy) escrito junto a el gato Top Cat. Los acontecimientos posteriores, más boicots a las obras de Banksy, tachaduras y modificación de sus mensajes, continuaron y se agravaron con la participación de otros escritores que se unieron a la causa de Robbo. El combate artístico terminó con la muerte de Robbo en 2014, que Banksy aprovecharía

⁴⁹ Movimiento de protesta de artesanos ingleses del siglo XIX contra la amenaza de sustitución de algunos trabajadores poco cualificados por máquinas industriales. Recibe su nombre de Ned Ludd, supuestamente uno de los primeros en destruir varios telares mecánicos.

⁵⁰ Se entiende por beef (del inglés “carne”) es un término dentro de la cultura *hip hop* que se usa para determinar una pelea física o controversia entre dos miembros de la comunidad, creando una rivalidad en la que cada uno difama y se enfrenta al otro de cualquier forma.

⁵¹ BANKSY, *Wall and Piece*, Londres, Randomhouse, 2005, p. 9.

para enterrar el hacha de guerra y restaurar el mural original del que nació la disputa. Esta particular batalla de estilos deja en evidencia las dos facetas de un mismo fenómeno: el vándalo y el artista, el arte y la pintada.

Es quizá ese el punto de inflexión al que más ha contribuido Banksy, el que a muchos ha hecho pensar en la protección de algunas de sus obras y que ha hecho difícil reconocer si se trata de un vándalo o, en algunos casos, de nuevo patrimonio urbano. Alison Young en su *Street Art, Public City* comenta varios casos de protección de sus obras. Por ejemplo, sus obras “Designated Graffiti Area” y His Master’s Voice”, ambas cerca del Black Rats Project en Shoreditch (Londres), están cubiertas por una mampara de cristal que las protege. Otro de los ejemplos lo encontramos en su “Little Diver” de Melbourne, esta vez envuelto en polémica. La plantilla, que mostraba a un pequeño hombre con escafandra junto a un signo de interrogación, fue en un primer momento ignorada debido a su pequeño tamaño y a su localización. Cuando los dueños del edificio se dieron cuenta de que se trataba de una de las obras del londinense, decidieron cubrirla con una superficie de plástico para que no fuese dañada. Desde el 2003 en el que la pieza fue realizada hasta el 2008, se sucedieron una serie de protestas a cerca del porqué de tales escrúpulos a la hora de diferenciar entre una obra de Banksy y la de cualquier otro, generando hipócritamente dos esferas de representación en la que aquel merecía defensa y el resto multas. La obra finalmente fue cubierta con pintura plateada por alguien, que añadió un “Banksy woz ere” sobre la protección. Quizá, como apunta Young, este mensaje debe analizarse como una respuesta más del gremio de escritores a lo que ellos entienden como una provocación. La utilización del pasado (“was”, estuvo, pero ya no) parece responder a una afrenta, y el “was here” recuerda a aquellos “Kilroy was here”⁵² de los setenta, en lo que sería un guiño a aquellos pioneros de la tiza como representantes de una herencia común en la que la firma y el nombre tenían un papel principal.

Otras obras de Banksy también han sido removidas de sus emplazamientos originarios (en 2007 una de sus ratas en Londres, y en 2008 un pedazo de mural en Jamaica) y vendidas posteriormente en plataformas de subastas online como Ebay. Para acreditar la autenticidad de las

⁵² El lema “Kilroy was here” se hizo popular durante la segunda guerra mundial, por estar presente algunas de las piezas balísticas que los soldados utilizaban durante la contienda. Al lema se le añadía una caricatura de un personaje asomado a un muro. Se cree que su origen tiene relación con un operario de astilleros que añadía esta marca a las piezas que había revisado, y su popularización entre las tropas devino posiblemente de la curiosidad que despertaba el mensaje y la identidad del autor. Existen también equivalentes en otros países, como el *Henohenomoheji* de Japón, el *Mr. Chad* británico o el *Foo Was Here* australiano.

mismas incluso algunas adjuntan un vídeo del momento de la extracción⁵³. La obra “Sperm Alarm” apareció a la venta en Ebay por 17.000 £, y el caso de su mural *Slave Labour* es aún más controvertido. El mural, en el que se representaba a un joven confeccionando banderas británicas en una máquina de coser (denuncia de la explotación laboral con fines patrióticos en relación a la celebración de Jubileo de Diamante de Isabel II y a los juegos olímpicos de Londres en el 2012), desapareció en febrero del 2013 de su emplazamiento en Wood Green, y apareció poco tiempo después a la venta en el *Fine art Auctions* de Miami por un valor inicial de 500,000\$. Después de una serie de protestas por la comunidad de vecinos de Pounland, la pieza fue devuelta a la localidad.

A este acto le sucedieron otros semejantes, como el acaecido en una exposición inaugurada en el 2014 titulada *Stealing Banksy?* en la que se presentaban ocho de sus obras, o como la llevada a cabo por las galerías *Bankrobber Gallery* y *Keszler Gallery* en Southampton, Nueva York, en la que se ofertaban dos grandes murales pintados en la parte palestina de Bethlehem, junto a cuatro obras más extraídas de las calles de Los Ángeles, Nueva Orleans, Londres y Brighton.

Podemos decir sin miedo a equivocarnos, que Banksy es el último y más actual representante del arte urbano. Gracias a la popularidad que goza, ha revolucionado la forma de pensar en el patrimonio y en la propiedad. Lo que antes de Banksy era un daño a la propiedad privada, ahora, gracias a los beneficios económicos que puede reportar, sus mismas piezas constituyen una propiedad en sí, una propiedad que busca un estatus legal de protección y que choca con otros conceptos como el de propiedad intelectual, lo cual incluso podría suponer un delito si se considera que su venta atenta contra los derechos del autor.

⁵³ *The Afflicted Yard* [consulta 20 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://vimeo.com/2309114>

1990-1994	Banksy nace alrededor de 1974 en Bristol. Es allí donde comienza sus primeros pasos como escritor de grafiti en la banda DryBreadZ Crew (DBZ) junto a Kato y a Tes.
1999	Se muda a Londres donde prosigue con su actividad. Empieza a utilizar plantillas en algunos de sus trabajos. Algunas obras de esta época: <i>Mild Mild West</i> , y <i>Sharks</i> .
2000-2001	Comienza oficialmente una nueva etapa en la que la plantilla será su principal forma de expresión. Lleva a cabo una primera exhibición clandestina en, Rivington Street, Londres. Trabajos importantes: <i>Gorilla in a Pink Mask</i> , <i>Mona Lisa with AK47</i> .
2002	Inaugura su primera exhibición, <i>Existencilism</i> , en Los Ángeles, en la galería 33 $\frac{1}{3}$ Gallery de Frank Sosa. Algunas obras expuestas como <i>Girl with Red Balloon</i> , <i>Queen Victoria</i> , o <i>Chucker and Leopard</i> . También trabajo de calle como <i>Pulp Fiction</i> y su posterior <i>Ozone's Angel</i> .
2003	Inauguración de una nueva exhibición en Julio de este año titulada <i>Turf War</i> . En ella hace principal hincapié en la lucha por los derechos de los animales (obras como <i>Parachuting Rat</i> , <i>Street Maid</i> , <i>Think Tank</i>). También este mismo año publica un manifiesto en su página web haciendo referencia al holocausto.
2004	De provocativo a político. El Banksy más anticapitalista, antisistema, queda reflejado en su <i>British £10 notes</i> , en la que remplazó la cara de la reina Isabel II por la de la princesa Diana en las libras. Otras obras también reivindicativas son <i>Kissing Policemen</i> o <i>Well Hung Lovers</i> .
2005	Realiza piezas en la franja de Gaza, en el muro que separa Israel de Palestina, siguiendo con su actividad política. También hace incursiones en los museos de mayor prestigio internacional (<i>Museum of Modern Art</i> , <i>the Metropolitan Museum of Art</i> , <i>the Brooklyn Museum</i> , <i>the American Museum of Natural History</i>), introduciendo piezas suyas en las exposiciones ajenas. Algunas obras de relevancia en esta época: <i>The Rude Lord</i> , <i>Balloon Debate</i> , <i>Escapism</i> , <i>Sea View</i> , <i>Art Attack</i> .
2006	Los Ángeles, Desde el 15 de septiembre del 2006 hasta el 17, Banksy inaugura su expo <i>Barely Legal</i> . Celebrities de Hollywood como Brad Pitt y Angelina

	Jolie acudieron al evento. La pieza más llamativa, <i>Elephant in the Room</i> , un elefante pintado en medio de la habitación.
2007-2008	Actúa en Nueva Orleans tras la catástrofe. Su escalada de popularidad sigue al alza, y sus obras comienzan a venderse por precios muy elevados. Ejemplos como <i>Bombing Middle England</i> o <i>It Spotless</i> en colaboración Damien Hirst. También inaugura el <i>The Cans Festival Tunnel</i> en Londres: un túnel pintado por él y otros artistas invitados como <i>Sten</i> , <i>Prism</i> , <i>Dolk</i> , <i>Roadsworth</i> , <i>Blek le Rat</i> , <i>C215</i> , <i>Dotmasters</i> , <i>Hugo Kaagman</i> , <i>Lucamaleonte</i> , <i>Faile</i> , <i>Logan Hicks</i> , <i>Pure Evil</i> , <i>Schhh...</i>
2009	Inauguración de su mayor exposición ⁵⁴ hasta la fecha. Su <i>Banksy Summer show</i> en el <i>Bristol City Museum and Art Gallery</i> atrajo a miles de personas a ver el casi centenar de piezas del artista.
2010	Obras de Banksy criticando los próximos Juegos Olímpicos que se desarrollarán en Londres aparecen por toda la ciudad. Algunas de ellas, como <i>Child Labor</i> , son arrancadas ⁵⁵ y aparecen en mercados internacionales alcanzando importantísimas sumas de dinero ⁵⁶ . La revista Time le nombra como uno de los 100 personajes más influyentes ⁵⁷ . Este mismo año Banksy presenta su documental <i>Exit Through the Gift Shop</i> en Sundance, que luego será nominado como mejor documental por los premios Oscar.
2011	Comienza a experimentar con técnicas litográficas. Ejemplo de ello es su <i>Tesco Petrol Bomb</i> .

⁵⁴ DAILYMAIL, *Banksy pulls off his most audacious stunt yet... a secret exhibition in Bristol museum*, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1192595/Banksy-pulls-audacious-stunt--secret-exhibition-Bristol-museum.html>

⁵⁵ KOPFSTEIN, Janus, *Banksy 'child labor' mural torn from London shop wall, surfaces in US auction*, The Verge, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.theverge.com/2013/2/18/4002510/banksy-stolen-child-labor-mural-for-sale-in-online-auction>

⁵⁶ KOZINN, Allan, *Disputed Banksy Work Brings \$1.1 Million at Auction*, Arstbeat, [consulta 24 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2013/06/03/disputed-banksy-work-brings-1-1-million-at-auction/>

⁵⁷ TIME, *The 100 most influential people in the world*, vol. 175 nº 18 (2014), [consulta 25 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://content.time.com/time/magazine/europe/0,9263,901100510,00.html>

2013- 2017	Se instala en Nueva York donde emprende un proyecto llamado <i>Better Out than In</i> ⁵⁸ , que efectúa piezas por la ciudad cada día y las sube a una cuenta de Instagram ⁵⁹ . En 2005 inaugura su peculiar parque de atracciones, <i>Dismaland</i> .
------------	---

⁵⁸ BANKSY, Proyecto de Banksy en Nueva York, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.banksyny.com/>

⁵⁹ BANKSY, Instagram, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://instagram.com/banksyny>

4. REFLEXIÓN TEÓRICA Y METODOLÓGICA

No es mera coincidencia que autores como Shepard Fairey se declaren seguidores de esas revoluciones estéticas auspiciadas por personajes como Debord. Para tal cometido la Internacional Situacionista (IS), muy influenciada por el surrealismo y el pensamiento marxista (del que formó parte el también teórico urbano Henri Lefebvre), utilizó la pintada como arma subversiva para disolver la frontera entre el arte y la vida y, en suma, conseguir disolver el “arte” (o estética) como categoría separada de la cotidianidad. En definitiva, buscaban cambiar el mundo cambiando su paisaje. Son estos espectros especulares (en todas sus acepciones, tanto como espejo, como suposición, como acto lucrativo fuera del ámbito mercantil), es decir, la *alienación*, lo que los situacionistas atacan, como Debord hace en su obra *La sociedad del espectáculo*:

“El espectáculo, entendido en su totalidad, es al mismo tiempo el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento del mundo real, una decoración sobreañadida. Es el núcleo del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares -información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones-, el espectáculo constituye el *modelo* actual de la vida socialmente dominante. Es la omnipresente afirmación de una opción *ya efectuada* en la producción, y su consiguiente consumo. La forma y el contenido del espectáculo son, del mismo modo, la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. El espectáculo es también la *permanente presencia* de esta justificación, en cuanto ocupación de la parte primordial del tiempo de vida que transcurre fuera del ámbito de la producción moderna.”⁶⁰

Al igual que ocurre en la película de John Carpenter *They Live* ⁶¹(1988), que también utilizó el filósofo lacaniano Slavoj Žižek en su documental *The Pervert's Guide to Ideology*⁶², el espectáculo es el *mundus adspectabilis* que debemos *deconstruir* mediante una conjunción de crítica filosófica y estética. Shepard en su *MANIFESTO OBEY* lo describe así:

“The OBEY sticker campaign can be explained as an experiment in Phenomenology. Heidegger describes Phenomenology as “the process of letting things manifest

⁶⁰ DEBORD, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre- textos, 2002, p. 39.

⁶¹ CARPENTER, John, *They live*, 1988 [consulta 25 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt0096256/>

⁶² FIENNES, Sophie, *The Pervert's Guide to Ideology*, 2012 [consulta 25 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt2152198/>

themselves.” Phenomenology attempts to enable people to see clearly something that is right before their eyes but obscured; things that are so taken for granted that they are muted by abstract observation.

The FIRST AIM OF PHENOMENOLOGY is to reawaken a sense of wonder about one’s environment. The OBEY sticker attempts to stimulate curiosity and bring people to question both the sticker and their relationship with their surroundings. Because people are not used to seeing advertisements or propaganda for which the product or motive is not obvious, frequent and novel encounters with the sticker provoke thought and possible frustration, nevertheless revitalizing the viewer’s perception and attention to detail. The sticker has no meaning but exists only to cause people to react, to contemplate and search for meaning in the sticker. Because OBEY has no actual meaning, the various reactions and interpretations of those who view it reflect their personality and the nature of their sensibilities.

Many people who are familiar with the sticker find the image itself amusing, recognizing it as nonsensical, and are able to derive straightforward visual pleasure without burdening themselves with an explanation. The PARANOID OR CONSERVATIVE VIEWER however may be confused by the sticker’s persistent presence and condemn it as an underground cult with subversive intentions. Many stickers have been peeled down by people who were annoyed by them, considering them an eye sore and an act of petty vandalism, which is ironic considering the number of commercial graphic images everyone in American society is assaulted with daily.

Another phenomenon the sticker has brought to light is the trendy and CONSPICUOUSLY CONSUMPTIVE nature of many members of society. For those who have been surrounded by the sticker, its familiarity and cultural resonance is comforting and owning a sticker provides a souvenir or keepsake, a memento. People have often demanded the sticker merely because they have seen it everywhere and possessing a sticker provides a sense of belonging. The Giant sticker seems mostly to be embraced by those who are (or at least want to seem to be) rebellious. Even though these people may not know the meaning of the sticker, they enjoy its slightly disruptive underground quality and wish to contribute to the furthering of its humorous and absurd presence which seems to somehow be

antiestablishment/societal convention. Giant stickers are both embraced and rejected, the reason behind which, upon examination reflects the psyche of the viewer. Whether the reaction be positive or negative, the stickers existence is worthy as long as it causes people to consider the details and meanings of their surroundings. In the name of fun and observation.”⁶³

Aquí se apela a la fenomenología como acto desvelatorio (del griego *φαινόμενον*: “apariencia, manifestación”), un despertar (*reawaken*) ante las cosas mismas de nuestro entorno. En palabras del propio Heidegger, *mientras no experimentemos la peculiaridad del espacio, el hablar de un espacio artístico también seguirá permaneciendo un asunto oscuro*, y añade, *queda por de pronto indeterminada la manera en que el espacio atraviesa la obra de arte*.⁶⁴ La arquitectura es aquí entendida como soporte para un nuevo mensaje -subversivo, transformador- que rompa con la hegemonía de una dominación que objetivada el objeto (inhabilitando una hermenéutica espacial) sin ofrecer recursos para una reinterpretación de la misma. Cuando al viandante le asalta un gran *OBEY* (del inglés *obedece*) bajo la apariencia de cartel publicitario, es muy probable que se pregunte -por la evidente carga imperativa del término- por el por qué de tal demanda, activando un resorte interpretativo nuevo que transforme la carga sintáctica del objeto (superficie, ubicación, etc.) con una carga semántica distinta. Como ya he venido señalando anteriormente, son los surrealistas⁶⁵ seguidos de todo el situacionismo los que más han explotado esta vía práctica transformativa, pero también algunos teóricos del urbanismo como Lewis Mumford o el arquitecto Robert Venturi. Éste último, en su interesante análisis sobre *Aprendiendo de Las Vegas*, dice:

“Todas las ciudades comunican mensajes – funcionales, simbólicos, persuasivos- a las personas que se mueven por ellas. Los rótulos de Las Vegas te asaltan en la frontera de California y antes de que aterrices en el aeropuerto. En el Strip existen tres sistemas de mensajes: el *heráldico* -los rótulos- domina (fig.1); el *fisionómico*, o mensajes emitidos por las fachadas de los edificios -las balconadas continuas y las ventanas regularmente espaciadas del Dunes que dicen HOTEL (fig.3) y los bungalós suburbanos convertidos en

⁶³ FAIREY, Shepard, *MANIFESTO*, [consulta: 15 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://obeygiant.com/articles/manifesto/>.

⁶⁴ HEIDEGGER, Martin, *El arte y el espacio*, Barcelona, Herder, 2009, p. 19.

⁶⁵ Véase como ejemplo el *Manifiesto Dada* (1918) de Tzara, o posteriormente los textos de Derrida como *La Différance* o *L'écriture et la différence* (1967).

capillas por la simple adición de un capitel (fig. 4)- y el *locacional*, las estaciones de servicio en las esquinas de las manzanas, el casino frente al hotel, y el aparcamiento ceremonial frente al casino.”⁶⁶

Decía Aristóteles que *el topos* –es decir, el *espacio-lugar*– parece algo importante y difícil de captar⁶⁷. Tanto el arte urbano como el grafiti exploran todos los sistemas de mensajes que Venturi nos propone y, es más, se podría decir que en la mayoría de los casos los mezcla. Si excluimos al arte urbano que encontramos en galerías y museos, tanto el grafiti como el *street art* tienen en común la utilización de la ciudad y de sus sistemas de mensajes como lugares de expresión. Utilizando la terminología de Bourdieu, la ciudad sería el *campo* en el que ambos interactúan. Tanto el concepto de *campo* como el de *capital cultural* o *habitus* -tres conceptos fundamentales en *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto* ⁶⁸(1979)- nos pueden ser útiles a la hora de entender la dialéctica entre lo que Danto llamó *the Artworld*⁶⁹, y su reverso: el hortera, el *beauf*, el *chav*, el mal gusto.

Bourdieu define *campo* como un conjunto de relaciones de fuerza entre agentes o instituciones que luchan por la hegemonía del tipo de capital que los define como grupo. El concepto de campo es un reflejo cultural de la posición de clase, la cual está condicionada por la cantidad, el tipo, el volumen, y la legitimidad del capital cultural que se posee, así como del *habitus*. Los campos constan de productores, consumidores y distribuidores de un bien e instancias legitimadoras y reguladoras, cuyas características, reglas y conformación varían de acuerdo con su historia y relación con el campo de poder. El *capital cultural* sería aquel conjunto de conocimientos, habilidades o saberes que posee un sujeto, que se distribuye de forma desigual y no se adquiere de forma inmediata, y que también lo distingue de terceros. El *habitus* es otro elemento necesario para pertenecer a un determinado campo cultural. Se trata de las características que dotan al sujeto de las habilidades y los valores necesarios para integrarse en un grupo, proporciona las aptitudes para actuar y desenvolverse en una posición o situación de manera espontánea, ya que son resultado de una serie de disposiciones incorporadas en el curso de una

⁶⁶ VENTURI, Robert; SCOTT BROWN, Denise; IZENOUR, Steven, *Aprendiendo de Las Vegas: El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*, Barcelona, Gustavo Gili, 2011, p. 100.

⁶⁷ ARISTÓTELES, *Física*. Madrid, Gredos, 1995, p. 239.

⁶⁸ BOURDIEU, Pierre, *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998.

⁶⁹ DANTO, Arthur, “*The artworld...*” ob.cit.

trayectoria. En este sentido, el *habitus* se refiere a un aprendizaje práctico que no es consiente ni intencional, ya que se adquiere a través de la incorporación de prácticas, visiones y valores del espacio social en que se desenvuelven los sujetos. En ocasiones se confunde el *habitus* con una serie de valores innatos, pero se olvida que éstos son resultado de un proceso involuntario de socialización que depende de las características particulares -lugar de nacimiento, capacidad de aprendizaje, etc.- del sujeto, por lo que es una manera subjetivada de tratar lo social. De ahí que pueda decir que es una forma de subjetivar lo social.

Como he dicho, el *street art* y el grafiti pueden compartir *campo* (la calle), pero también *habitus*: utilizar las posibilidades que ofrece la ciudad para la promoción de un mensaje, la complicidad de códigos y caracteres con los que los acompañan en algunas ocasiones, asumir como propias referencias culturales y lingüísticas comunes...el *habitus* puede mutar también con el paso del tiempo, haciendo que un escritor pase desarrollar hábitos más cercanos a los de un artista urbano, y – quizá ya no tan sorprendentemente- no tanto a la inversa. Cabe insistir en este último punto. Parece ser que el paso por el grafiti es un bautismo que acredita un contacto con la “los orígenes” para aquellos que quieren ganarse la vida en el arte, por lo que muchos hacen sus pinitos como escritores para luego, como si perdieran la fe, dejar los hábitos. Seguramente, es en el *capital cultural* en el punto que más diferencias encontramos entre ambos grupos. Es frecuente encontrar artistas urbanos con formaciones superiores -especialmente en bellas artes- lo que les presupone algún conocimiento sobre su historia y les predispone a la profesionalización de su actividad. También son individuos que suelen provenir de clases medias, por lo que el capital social heredado es mayor que el de, por ejemplo, aquellos jóvenes de los barrios pobres del Nueva York de los setenta. Por ser más gráfico: es quizá la misma diferencia entre alguien como Keith Haring, un joven blanco de Pensilvania que estudió arte en las escuelas de Pittsburgh y Nueva York y cuyo padre le transmitió la afición por los cómics, y alguien como por ejemplo el manco Kase2 o Skeme, cuya señora madre – en una especie de *spin off* de la película de Lee Daniels *Precious*⁷⁰ (2009)- comparece⁷¹, entre la risa y el espanto, comentando las peripecias de su hijo por los andenes de Queens, Uptown o Downtown. Son estas diferencias de capital lo que, como viene siendo habitual en un análisis sociológico marxista, conforma las bases sociales de una lucha de clases. La

⁷⁰ DANIELS, Lee, *Precious*, 2009 [consulta 26 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt0929632/>

⁷¹ CHALFANT, Henry; SILVER, Tony, “*Style Wars...*”, *ob.cit.*

autoridad en este campo será institucional-política, como también lo será- con ciertas particularidades gremiales, siguiendo a Dickie y Danto-, en el mundo del arte expositivo.

Dentro de lo que se ha llamado *the aesthetics of authority*⁷² por Jeff Ferrell, el discurso que impera se encarga de criminalizar al grafiti por su falta de gusto, o lo que es lo mismo, por ser “feo”. Es curioso como este discurso ha tenido tan buena acogida entre la población, hasta el punto de que se reproduce hoy en día con la distinción grafiti/*street art*. Simplemente es necesario preguntar a varias personas al azar sobre qué les parece una firma de, por ejemplo, Seen, y acto seguido enseñarles cualquier plantilla de Banksy. Con la mayor seguridad calificarán a lo primero de “feo”, y a lo segundo de “expresión artística”. Sin ir más lejos, Podemos tomar como ejemplo las respuestas de la gente en el documental *Mi firma en las paredes*⁷³:

- “Esto de las pintadas me parece un poquito feo, porque es que esto de ensuciar...y esto está feísimo. Y yo creo que estos chicos deberían mirar lo que es la ciudad y tenerla un poquito más limpia.”

Otro ejemplo lo encontramos en el documental *Style Wars*⁷⁴ de la mano del inspector de policía Bernie Jacobs:

- “Grafiti, como su nombre indica, no es un arte, Grafiti es la aplicación de un mensaje a una superficie. Les mostraré grafiti...como esas...letras al final del vagón, justo detrás de mi ¿Es esto una forma de arte? No lo sé, no soy crítico de arte, pero pongo la mano en el fuego y digo que esto es un delito.”

Por último, como parte de un video expuesto en las conferencias *Metro Graffiti Summit*⁷⁵ derivadas del *Denver Anti-graffiti Campaign*, el alcalde Peña afirmó:

- “No matter how good it looks, graffiti is ugly.”

Este tipo de calificaciones nos remiten directamente a la teoría estética tradicional. Ya antes del ya citado artículo de Danto, podemos encontrar precedentes que eliminan una aproximación esencialista de corte platónica a las obras de arte. Sus propuestas lindan con la sociología, y tratan

⁷² FERRELL, Jeff, “*Crimes of Style...*”, ob.cit.

⁷³ CERVERA, Pascual, ob.cit.

⁷⁴ CHALFANT, Henry; SILVER, Tony, “*Style Wars...*”, ob.cit.

⁷⁵ FERRELL, Jeff, “*Crimes of Style...*”, ob.cit.

de buscar una definición ajena a sus propiedades perceptibles. Tomando como referencia el análisis de los juegos que lleva a cabo Wittgenstein en sus *Investigaciones filosóficas*⁷⁶, autores como Arthur C. Danto y George Dickie buscan definir -quizá con más timidez el primero que el segundo- qué o quién permite disfrutar de tal facultad. Si bien Danto sólo habla de manera tangencial del “mundo del arte” como “juez universal”, es Dickie el que construye una teoría institucional basada en una “institucionalización de la belleza”. En el sentido en el que las instituciones para Dickie valoran o califican las obras de arte, éstas se aproximan a un análisis descriptivo que compondrá un discurso institucional. La norma del gusto institucionalizada no sólo se limita a describir (“es feo”), sino que además prescribe (“nos debería parecer feo”). Es así como Dickie, tras distintas matizaciones de su teoría -formulada primero en un artículo⁷⁷ y después en dos obras sucesivas⁷⁸- completa en 1974 una definición de su teoría: “una obra de arte en sentido clasificatorio es 1) un artefacto 2) un conjunto de cuyos aspectos ha hecho que alguna persona o personas que actúan de parte de una cierta institución social (el mundo del arte) le hayan conferido el estatuto de ser candidato para la apreciación.”⁷⁹

Esta definición institucional solventa algunos de los problemas que podemos advertir en las definiciones *a priori* de algunos sistemas filosóficos, y se adapta a casos recientes dentro de la historia del arte contemporáneo como, curiosamente, el caso – expuesto como problema de los indiscernibles por Danto en su artículo⁸⁰- de la *Caja Brillo* de Warhol. Se podría afirmar que la teoría institucional confiere cierto poder performativo a ciertos organismos institucionales para determinar lo que es o no es, de *facto*, una obra de arte. Una obra de arte, por tanto, no puede ser entendida desde fuera de la propia historia del arte, y la propia historia del arte no puede ser entendida sin la idea de cultura.

En *El Mito de la Cultura*, Gustavo Bueno analiza el desarrollo histórico del concepto desde su uso subjetivo (*cultura animi*), hasta su maduración como idea metafísica en la filosofía alemana (Herder, Fichte, Hegel). La idea de cultura (*Kultur, Bildung*) como idea-fuerza de un “Estado de la cultura” constituyente que esté envuelto en uno aún más amplio: el de la “cultura universal”.

⁷⁶ WITTGENSTEIN, Ludwig, *Investigaciones filosóficas*, Barcelona, Altaya, 1999.

⁷⁷ DICKIE, George, *Defining Art*, American Philosophical Quarterly 6, 1969, pp. 253-256.

⁷⁸ DICKIE, George, *Aesthetics: An Introduction*. Indianapolis, Prentice Hall, 1971; *Art and the Aesthetics: An Institutional Analysis*, Ithaca, Cornell University Press, 1974.

⁷⁹ DICKIE, George, “*Art and the Aesthetics...*”, *ob. cit.*, p. 34.

⁸⁰ DANTO, Arthur, *The artworld*, en *The Journal of Philosophy* 61, n. 19, 1964, pp. 571-584.

Esta idea de la cultura universal está ligada a otra idea metafísica -a saber, la de humanidad- que ya se hace explícita desde el primer artículo de la Declaración de principios de cooperación cultural internacional de la UNESCO de 1966: “1. Toda cultura tiene una dignidad y un valor que deben ser respetados y protegidos. 2. Todo pueblo tiene el derecho y el deber de desarrollar su cultura. 3. En su fecunda variedad, en su diversidad y por la influencia recíproca que ejercen unas sobre otras, todas las culturas forman parte del patrimonio común de la Humanidad”. En esta abstracción común de una cultura compartida tiene, a juicio de Bueno, un papel importante la industrialización y la cultura *kitsch*:

El ideal de la cultura universal se realiza, por tanto, principalmente, en la sociedad industrial -tanto en sus elites como en las masas- como cultura *kitsch* (aun cuando el *kitsch* sea de especies diferentes). La cultura *kitsch* se caracteriza, precisamente, por su universalidad relativa (respecto de una supuesta y autodenominada cultura de elite o de vanguardia), y por el abigarramiento tanto de objetos como de funciones dentro de un mismo objeto (un reloj despertador será al mismo tiempo encendedor y sacacorchos). El *kitsch* va siempre referido a otro nivel cultural (en arte, literatura, etc.) que se estima como superior a nivel de elite o de vanguardia. Una vanguardia que quiere ser sucesora, en principio, de la cultura aristocrática, que también era una cultura enciclopédica, cosmopolita [...]

Y mientras que el *kitsch* de la *belle époque* manifestaba su capacidad de participación de la cultura aristocrática (incluso feudal) mediante la reproducción industrial de cuadros, esculturas, novelas, que, al mismo tiempo, envolvían la idea de un progreso de los tiempos, una revalorización del presente, como época de plenitud, de felicidad, de igualdad -que llevaba a Gaudí, por ejemplo, hasta el extremo de imitar con piedras el cemento, o el cemento con piedras, en sus construcciones de *kitsch* romántico-, el neo- *kitsch*, el *kitsch* de la socialdemocracia (podemos dejar de lado el *kitsch* soviético del «socialismo real»), ofrece ya sus propias formas culturales creadas por «diseño» o multiplicadas industrialmente como en el pop-art que asociamos a Andy Warhol.⁸¹

⁸¹ BUENO, Gustavo, *El mito de la cultura*, Barcelona, Prensa Ibérica, 1996, pp. 230-231.

Esta tensión entre lo *kitsch* y las vanguardias, es la misma que está presente entre el discurso institucional y lo que queda fuera. A colación, se podría decir que, en las sociedades de mercado, todo lo que no está en el mercado es *despreciable*. Hemos visto en los primeros capítulos como el grafiti es, básicamente, una respuesta a esa mercantilización y racionalización del espacio en virtud de intereses comerciales, por lo que, a efectos institucionales, queda fuera de juego. Sin embargo, los esfuerzos del mercado por absorberlo no han cesado, dando lugar a mutaciones más *simpáticas*, como ya vimos en el apartado dedicado al post-grafiti y al *street art*.

No hay que perder de vista la transcendencia política de estas tensiones. No se trata ya de debates estéticos, sino de la configuración misma de la sociedad: los límites de lo público y lo privado. Las leyes de patrimonio versan sobre estos límites, imponiendo la titularidad pública de algunos bienes y restringiendo su uso privado. Algunos textos a nivel europeo hacen referencia a estos problemas: *The European Landscape Convention (the 'Florence Convention', Council of Europe 2000)*, la *Faro Convention on the Value of Cultural Heritage for Society (Council of Europe 2005)*, la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural de la UNESCO de 1972⁸² y la de 2003⁸³ dedicadas a la protección del patrimonio material e inmaterial, la *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (UNESCO 2005)*, y la Recomendación sobre el paisaje urbano histórico del 2011⁸⁴. Multitud de trabajos⁸⁵ tratan esta problemática desde distintas perspectivas, dejando en evidencia que es un tema que continúa abierto a debate.

⁸² UNESCO, *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*, 1972 [consulta 26 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

⁸³ UNESCO, *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*, 2003 [consulta 26 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

⁸⁴ UNESCO, *Actas de la conferencia general*, 2012m p. 65 [consulta 26 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002150/215084s.pdf#page=65>

⁸⁵ AUCLAIR, Elizabeth; FAIRCLOUGH, Graham, *Routledge studies in culture and sustainable development: Theory and Practice in Heritage and Sustainability*, Abingdon, Routledge, 2015; KISIC, Višnja, *Governing Heritage Dissonance: Promises and realities of selected cultural policies*, European Cultural Foundation, 2013, DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian, *Commun: Essai sur la révolution au XXI siècle*, Paris, La Découverte, 2014; STAVROS, Stavrides, *The city as commons*, Londres, Zed Books, 2016; KOHN, Margaret, *Brave New Neighborhoods: The privatization of public space*, Londres, Routledge, 2004; SUBIRATS, Joan; RENDUELES, César, *Los (bienes) comunes: ¿Oportunidad o espejismo?*, Barcelona, Icaria, 2016.

5. CONCLUSIONES

*Yesterday's vandalism may yet be tomorrow's heritage.*⁸⁶

No es mi cometido en este texto llevar a cabo una historia general del concepto de propiedad, ni un excursio sobre las implicaciones que tiene el derecho privado en el derecho público, pero si me gustaría dejar algunos apuntes que constatan la indefinición latente que un concepto tan importante como el de propiedad supone dentro del derecho positivo.

“Propiedad equivale en sentido gramatical a la cualidad de una cosa. Así se habla vg. De propiedades físicas, o de propiedades de otro tipo. En el Derecho Civil lo que interesa al tratar de la Propiedad es la forma jurídica de las facultades o poderes del Hombre sobre las cosas, la relación de pertenencia o apropiación sobre las mismas. Lo que parece en este momento el punto esencial del concepto es la actuación que puede realizar el propietario sobre un Bien Económico. Se contempla la valoración jurídica del fenómeno de goce o utilización de las cosas; o sea de una actividad concreta que, arrancando de una base subyacente económica, se traduce en una relación jurídica que permite al propietario el poder decidir el destino económico del bien. La Propiedad no es por lo tanto una determinación de cosas físicas, ni algo ceñido a una concreta cosa material. Es una posición de Derecho, que puede referirse a cualquier bien del mundo exterior. En este sentido puede decirse que es una noción abstracta o preconcepto (...) Por consiguiente el Código Civil es el ordenamiento que fundamentalmente define la propiedad; no interesa tanto si su fundamento es de Derecho Natural o cuál sea ese fundamento, el “hecho” de la propiedad existe.”⁸⁷

En este conflicto de intereses sobre la propiedad, sobre lo que es público y cómo es esto asumido por la ciudadanía, es, en mi opinión, el problema nuclear. La disidencia cultural, la criminalización del grafiti, tiene como esencia su atentado contra la propiedad privada, cuestión que se antoja metafísica y oscura pero que se esgrime como principal contra su erradicación. Las demás causas (la “suciedad” que produce, los argumentos estéticos en su contra, las acusaciones de que sea un

⁸⁶ YOUNG, Alison, *Street art, Public City*, Abingdon, Routledge, 2014, p. 150.

⁸⁷ CARRETERO SÁNCHEZ, Santiago, *LA PROPIEDAD: Bases sociológicas del concepto en la sociedad postindustrial*. ITURMENDI, José (dir.) *Tesis doctoral, Universidad complutense de Madrid*, pp. 1-3 [consulta: 20 Junio 2017]. Disponible en: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/O/S0003501.pdf>

primer paso para niveles de delincuencia mucho mayores) son mucho menos importantes, a pesar de que se prodiguen mucho más los argumentos que van en esa sintonía.

¿Qué criterio esgrimen los ayuntamientos para cubrir -con pintura que muchas veces ni siquiera es del color del propio muro- las manifestaciones, artísticas o no de sus propios ciudadanos? Si la pintada está situada en una zona común, ¿por qué ha de ser eso un daño? Y sobre las pintadas en propiedades privadas ¿acaso no tienen algunas zonas parte de cara al público, es decir, forman parte de su *paisaje*? Al menos así lo creen la mayoría de escritores de grafiti, que entienden por lugares comunes aquellos que ejercen una función análoga.

“Graffiti writers and street artists share in this desire to believe in extensive public space. Interviewees in my research revealed an assumption that placing an artwork in ‘the street’ means they have located an artwork in public space, rather than on private property; even when a wall might clearly be part of the outer boundary of a house, its exterior wall will frequently be regarded by them as public(for example if it abuts the thoroughfare). For graffiti writers and street artists, ‘public space’ tends to be defined as denoting areas in which groups of individuals congregate (open squares, piazzas, plazas, malls, train stations) or pass through (streets, laneways, underpasses, train lines, bridges, tunnels) – a publicness that derives from the function of a space rather than from its ownership.”⁸⁸

Si el grafiti es ilícito es por presentar de manera violenta y visible esta división entre privado y público. Hasta la fecha, los intentos por reconducir el grafiti hacia criterios estéticos dominantes han auspiciado el auge y la promoción del *street art*, pero han fracasado en lo que respecta a la erradicación su total. El futuro pasa por la aceptación al menos de una parte del fenómeno y, quizá, por su -en términos patrimoniales- puesta en valor. Esta capitalización en provecho de lo común será, antes o temprano, una realidad; y ahora quizá queda lo más complicado: esgrimir unos criterios de protección que cumplan los requisitos legales necesarios y suficientes.

⁸⁸ YOUNG, Alison, *ob.cit.*, p. 129.

Sin menoscabar este reto pendiente en el campo del patrimonio, también encuentro justo, como ya han hecho Stefano Bloch⁸⁹ o el propio Baudrillard⁹⁰, una defensa específica del grafiti.

“Es, por lo tanto, políticamente esencial lo que combate hoy a esta semiocracia, a esta nueva forma de la ley del valor: conmutabilidad total de los elementos en un conjunto funcional, en el que cada uno sólo adquiere sentido como término estructural variable según el código. Por ejemplo, los graffiti. La rebelión radical en estas condiciones es, efectivamente, primero decir: «Existo, soy fulano, vivo en tal o cual calle, vivo aquí y ahora». Pero esto no sería sino la rebelión de la identidad: luchar contra el anonimato reivindicando un nombre y una realidad propia. Los graffiti van más lejos: al anonimato no oponen nombres, sino seudónimos. No buscan salir de la combinatoria para reconquistar una identidad imposible de todas maneras, sino para voltear la indeterminación contra el sistema; voltear la indeterminación en exterminación. Retorsión, reversión del código según su propia lógica, en su propio terreno y victoriosa sobre él al superarlo en el irreferencial. SUPERBEE SPIX COLA 139 KOOL GUY CRAZY CROSS 136, esto no quiere decir nada, no es ni siquiera un nombre propio, es una matrícula simbólica, hecha para despistar al sistema común de apelaciones. Estos términos no tienen ninguna originalidad: vienen todos de la cinta donde estaban encerrados en la ficción, pero salen de ella explosivamente para ser proyectados en la realidad como un grito, como interjección, como anti-discurso, como rechazo de toda elaboración sintáctica, poética, política, como el más pequeño elemento radical inapresable por cualquier discurso organizado. Irreducibles por su pobreza misma, resisten a toda interpretación, a toda connotación, y no denotan nada ni a nadie tampoco. Ni denotación ni connotación, es así como escapan al principio de significación, en cuanto significantes vacíos, hacen irrupción en la esfera de los signos plenos de la ciudad, y los disuelven por su sola presencia. Nombres sin intimidad, como el ghetto es sin intimidad, sin vida privada, pero vive de un intercambio colectivo intenso. Lo que esos nombres reivindican no es una identidad, una personalidad; es la exclusividad radical del clan, de la banda, del *gang*, de la clase de edad, del grupo o

⁸⁹ BLOCH, Stefano, *Challenging the defense of graffiti, in defense of graffiti*, en ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *ob.cit.*, pp. 441-451.

⁹⁰ BAUDRILLARD, Jean, *Kool Killer ou l'insurrection par les signes*, Paris, en *L'échange symbolique ou la mort*, Gallimard, 1976, pp. 90-101

de la etnia, que, como sabemos, pasa de la adjudicación del nombre y de la fidelidad absoluta a ese nombre. a esta denominación totémica, incluso si proviene directamente de los comics *underground*. Esta forma de denominación simbólica es negada por nuestra estructura social, que impone a cada uno su nombre propio y una individualidad privada, rompiendo toda~ solidaridad a título de una socialidad urbana abstracta y universal. Estos nombres, por el contrario, estas denominaciones tribales, tienen una auténtica carga simbólica: están hechas para darse, intercambiarse, transmitirse, turnarse indefinidamente en el anonimato, pero un anonimato colectivo, donde esos nombres son como los términos de una iniciación que pasa del uno al otro, y se intercambian tan bien que no son, no más que la lengua, la propiedad de nadie.”

Así entendido se trataría de un movimiento más cívico que artístico. Puede que así sea. El grafiti como una forma de *expresión irreductible y disidente*, es decir *anti hegemónica*, sin más contenido que la reapropiación de espacios. Su discurso reproduce la violencia simbólica del propio sistema capitalista que consiguió expandirlo a nivel mundial, pero desde una perspectiva distinta: sus fines no son lucrativos. No ocurre lo mismo con el *street art*, para el que los fines crematísticos importan, de la misma manera que difiere con el grafiti en cuanto a su trato con el espectador: el grafiti representa una comunidad a la que nada la importa no ser entendida (véase como ejemplo de esto la misma conversación antes citada de Skeme, en la que afirma “Es para mí. No es para que nadie lo vea...No me importa...No me importa si nadie más lo mira o el hecho de si pueden leerlo o no.”), ⁹¹y en cambio el arte urbano *desea* serlo⁹². Matizando la definición de grafiti dada por la academia y presente en la *nota 2*, propongo para concluir una propia que a su vez defina como *street art* lo que excluye:

“Firma, texto o composición pictórica compuesta por letras, ilegal y no remunerada, efectuada sobre una pared u otra superficie resistente únicamente mediante aerosoles.”

A modo de clausura, creo que el uso cada vez más extendido que hacen del *street art* organismos institucionales (véase el caso de la *gentrificación*) y el rédito derivado de su mercantilización por parte de capital privado (galeristas, museos, coleccionistas) nos permite pronosticar un futuro

⁹¹ CHALFANT, Henry; SILVER, Tony, “*Style Wars...*”, *ob.cit.*, [min 06:24]

⁹² Para ilustrar estas diferencias, adjunto en el capítulo de Anexos una obra de Lush, del que recomiendo toda su obra, y en particular aquella dedicada a criticar el arte urbano.

favorable para este género. El grafiti, por el contrario, seguirá *por definición* constituyendo un crimen contra la propiedad -bien sea tipificado como delito, falta o “deslucimiento”⁹³-, por lo que su subsistencia quedará supeditada a la resistencia opuesta por los escritores a las sanciones derivadas de tales delitos.

⁹³ Algunos *blogs* dedican algunas entradas a un análisis desde una perspectiva legal de los cambios que afectan a la práctica del grafiti. Véase a modo de ejemplo FRANFP, *Perspectiva penal: ¿Constituye delito pintar un ‘graffiti’ en bienes públicos o privados?*, [consulta 10 de Agosto de 2017]. Disponible en: <https://perspectivapenal.com/2016/07/09/es-delito-pintar-un-graffiti-en-bienes-publicos-o-privados/>

6. BIBLIOGRAFÍA

ARISTÓTELES, *Física*. Madrid, Gredos, 1995.

AUCLAIR, Elizabeth; FAIRCLOUGH, Graham, *Routledge studies in culture and sustainable development: Theory and Practice in Heritage and Sustainability*, Abingdon, Routledge, 2015.

AUSTIN, Joe, *Taking the Train: How Graffiti Art Became an Urban Crisis in New York City*, Nueva York, Columbia University Press, 2001.

BANKSY, *Existencilism*, Londres, Weapons of Mass Distraction, 2002.

— *Wall and Piece*, Londres, Randomhouse, 2005.

BAUDRILLARD, Jean, *Kool Killer ou l'insurrection par les signes*, Paris, en *L'échange symbolique ou la mort*, Gallimard, 1976.

BENJAMIN, Walter, *Iluminaciones I (Imaginación y sociedad)*, Madrid, Taurus, 1971.

BOURDIEU, Pierre, *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998.

BRASSAÏ, *Graffiti*, Londres, Flammarion, 2002.

— *The language of the wall*, Londres, Flammarion, 2002.

BUENO, Gustavo, *El mito de la cultura*, Barcelona, Prensa Ibérica, 1996.

BUTLER, Chris, *Henri Lefebvre: Spatial Politics, Everyday Life and the Right to the City*, Londres, Routledge, 2012.

CARRETERO SÁNCHEZ, Santiago, *LA PROPIEDAD: Bases sociológicas del concepto en la sociedad postindustrial*. ITURMENDI, José (dir.) Tesis doctoral, Universidad complutense de Madrid [consulta: 20 Junio 2017]. Disponible en: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/O/S0003501.pdf>

CASTELLS, Manuel, *City, class and power*, Nueva York, Macmillan Education, 1978.

— *La cuestión urbana*, Madrid, Siglo XXI, 2014.

— *The urban question: A marxism approach*, Londres, Edward Arnold, 1977.

CASTLEMAN, Craig, *Getting Up, hacerse ver: El graffiti metropolitano en Nueva York*, Madrid, Capitan Swing, 2013.

CASTRO, Sixto, *En teoría, es arte*. Salamanca, Editorial San Esteban, 2005.

— *George Dickie, la teoría institucional y las instituciones artísticas*, en *Fedro: Revista de Estética y Teoría de las Artes*, 2013.

— *Vituperio de Orbanejas*. Salamanca, Herder, 2009.

CERVERA, Pascual, *Mi firma en las paredes*, Radio Televisión Española (RTVE), 1990 [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/programas-y-concursos-en-el-archivo-de-rtve/cronicas-urbanas-firma-paredes/1067387/>

- CHALFANT, Henry; SILVER, Tony, *Style Wars*, Public Art Films, 1983, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=NFBRfhoABIQ>
- CHALFANT, Henry; COOPER, Martha, *Subway Art*. Nueva York : Thames and Hudson, 1984.
- CHALFANT, Henry; PRIGOFF, James, *Spraycan art*, Nueva York, Thames and Hudson, 1987.
- COUNCIL OF EUROPE, *Heritage and beyond/Patrimoine et au delà*, Strasbourg, Council of Europe Publishing, 2009, [consulta: 16 Julio de 2017]. Disponible en: www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/heritage/identities/PatrimoineBD_en.pdf
- *European Landscape Convention. European Treaty Series 176*, Strasbourg, European Treaty Series, 2000.
- *Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society (Faro Convention)*, Strasbourg, European Treaty Series 199, 2005.
- DANTO, Arthur, *Andy Warhol*, London, Yale University Press, 2009.
- *The artworld*, en *The Journal of Philosophy* 61, n. 19, 1964.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian, *Commun: Essai sur la revolution au XXI siecle*, Paris, La Découverte, 2014.
- DEBORD, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre- textos, 2002.
- DICKIE, George, *Aesthetics: An Introduction*. Indianapolis, Prentice Hall, 1972.
- *Aesthetics: An Introduction*. Indianapolis, Pretince Hall, 1971.
- *Art and the Aesthetics: An Institutional Analysis*, Ithaca, Cornell University Press, 1974.
- *Defining Art*, *American Philosophical Quarterly* 6, 1969.
- *El círculo del arte*, Barcelona, Paidós, 2005.
- *El siglo del gusto*, Madrid, Visor, 2003.
- DIEGO, Jesús de, *Graffiti. La palabra y la imagen*, Barcelona, Los Libros de la Frontera, 2000.
- DUTTON, Denis, *El instinto del arte*, Barcelona, Paidós, 2010.
- ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Lumen, 1984.
- *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, 1986.
- FAIREY, Shepard, *MANIFESTO*, [consulta: 15 de Julio de 2017]. Disponible en: <https://obeygiant.com/articles/manifesto/>.
- *The Art of D*Face: One Man and His Dog*, Londres, Laurence King, 2013.
- FERRELL, Jeff, *Crimes of Style: Urban graffiti and the politics of criminality*, Boston, Northeastern University Press, 1996.
- *Urban graffiti: Crime, control, and resistance*. *Youth and Society*, pp. 73–92.

- FRETZ, Eric, *Jean-Michael Basquiat: A biography*, Santa Barbara, Greenwood, 2010.
- GARÍ, Joan, *La conversación mural. Ensayo para una lectura del graffiti*, Madrid, Fundesco, 1995.
- GILLER, Sarah, *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*, 1997, [consulta: 22 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://sunsite.icm.edu.pl/graffiti/faq/giller.html>
- GRAMSCI, Antonio, *Cultura y literatura*, Barcelona, Península, 1973.
- HANNERZ, Ulf, *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*, Nueva York, Columbia University Press, 1992.
- *Exploring the city: Inquires Toward and Urban Anthropology*, Nueva York, Columbia University Press, 1980.
- HARING, Keith, *Art in Transit, subway drawings*, Nueva York, Harmony books, 1984.
- *Keith Haring journals*, Penguin books, 2010.
- HARRIS, Marvin, *Antropología cultural*, Salamanca, Alianza, 2001.
- *La cultura norteamericana contemporánea*, Madrid, Alianza, 1984.
- HARRISON, R., *Heritage: critical approaches*, Abingdon y Nueva York, Routledge, 2013.
- HEIDEGGER, Martin, *El arte y el espacio*, Barcelona, Herder, 2009.
- IRONS, Jessica, *Spray Away. Making the case of legal graffiti as legitimate form of public art in Sydney*, [consulta: 20 de Julio de 2017]. Disponible en: https://www.be.unsw.edu.au/sites/default/files/upload/pdf/schools_and_engagement/resources/_notes/5A2_45.pdf
- KISIC, Višnja, *Governing Heritage Dissonance: Promises and realities of selected cultural policies*, European Cultural Foundation, 2013.
- KOHN, Margaret, *Brave New Neighborhoods: The privatization of public space*, Londres, Routledge, 2004.
- LEFEBVRE, Henri, *La producción del espacio*, Madrid, Capitan Swing, 2013.
- LEWISHOHN, Cedar, *Street Art: The graffiti revolution*, London, Tate Publishing, 2008.
- LUHMANN, Niklas, *El arte de la sociedad*, México, Herder, 2005.
- LUNA, Jeremiah, *Eradicating the stain: Graffiti and Advertising in Our Public Spaces*, 1997 [consulta: 24 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://sunsite.icm.edu.pl/graffiti/faq/giller.html>.
- MILES, Malcolm, *Art space and the city*, London, Routledge, 1997.
- MUMFORD, Lewis, *Art and Technics*, Nueva York, Columbia University Press, 1952.
- *The city in history*, Nueva York, HARCOURT BRACE JOVANOVIĆ, INC, 1961.
- ROSS, Jeffrey Ian [ed.], *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*. Nueva York, Routledge, 2016.

- SOARES NEVES, Pedro; FREITAS SIMOES, Daniela, [ed.], *Street Art & Urban Creativity*, Lisboa, Urbancreativity.org, 2015.
- STAVROS, Stavrides, *The city as commons*, Londres, Zed Books, 2016.
- SUBIRATS, Joan; RENDUELES, César, *Los (bienes) comunes: ¿Oportunidad o espejismo?*, Barcelona, Icaria, 2016.
- THOMPSON, Don, *El tiburón de 12 millones de dólares: La curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas*, Barcelona, Ariel, 2009.
- VENTURI, Robert; SCOTT BROWN, Denise; IZENOUR, Steven, *Aprendiendo de Las Vegas: El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*, Barcelona, Gustavo Gili, 2011.
- WACLAWEK, Anna, *From Graffiti to the Street Art Movement: Negotiating Art Worlds, Urban Spaces, and Visual Culture, c. 1970 - 2008*, Montreal, Library and Archives Canada, 2008.
- *Graffiti and Street Art*, Nueva York, Thames & Hudson, 2011.
- WARHOL, Andy, *Diarios*, Barcelona, Anagrama, 2007.
- *Mi filosofía de A a B y de B a A*, Barcelona, Tusquets, 2001
- YOUNG, Alison, *Street art, Public City*, Abingdon, Routledge, 2014.

7. ANEXO

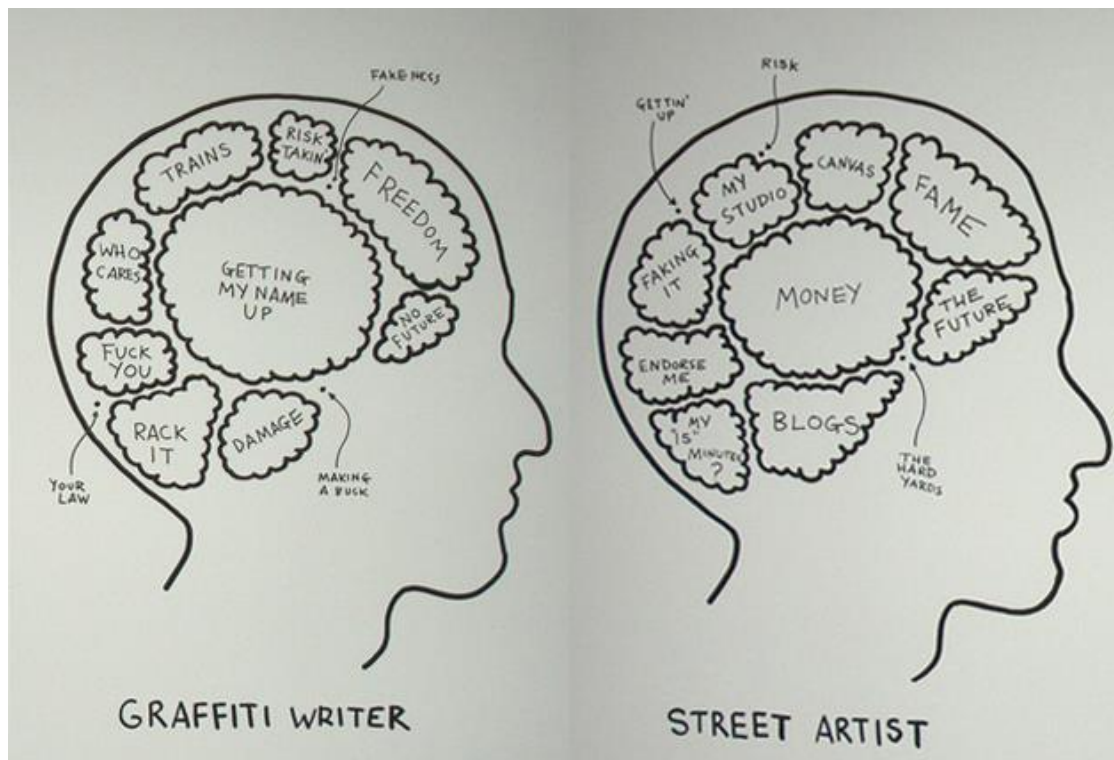


LÁMINA 1. LUSH, [consulta 23 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://lushsux.tumblr.com/>



LÁMINA 2. LOIQ, [consulta 24 de Julio de 2017]. Disponible en: <http://loiqloiq.tumblr.com>