

Grafiti: hacia una clasificación

Mario Andrés Maquilón Saltos

Xavier Andrés Piloza Hablich

Francisco Andrés Valdivieso Mendoza

CCC- 293-10

Palabras: 18,723

INDICE

Introducción.....	1
Breve Historia del Grafiti neoyorkino y su relación inicial con el Street-Art.....	7
• Contexto de aparición del grafiti N.Y. Style.....	9
• Aproximación a una definición del grafiti.....	12
• Historia y evolución del Tag-grafiti.....	15
• Consolidación y desarrollo del tag-grafiti período de 1975-1979.....	17
• Lee Quiñonez y Futura 2000, otras estéticas, narratividad y relación con el diseño.....	19
El salto hacia las galerías.....	22
Las vanguardias artísticas y su aportación a la concepción institucional del graffiti y el Street art.....	24
• El street art, el arte y la calle.....	26
Grafiti, fotografía, Internet.....	30
• Stencil Grafiti.....	39
• El grafiti y el espacio.....	43
• El grafiti y la calle.....	43
• El grafiti como expresión marginal.....	46
El grafiti y la institución.....	53
• El grafiti y el museo.....	54
• El grafiti como marca y publicidad.....	58
Conclusión.....	60
Bibliografía.....	62
Anexos.....	64

RESUMEN

El siguiente trabajo presenta una descripción y análisis del fenómeno social considerado como grafiti. Fenómeno con una complejidad muchas veces ignorada. Nuestro objetivo es actualizar las visiones que se tienen sobre el grafiti y rescatarlo de esas concepciones caducas a las que se lo somete.

El desarrollo de este estudio se divide en 3 partes: En la primera, se estudia la popularización del término grafiti durante la segunda mitad del siglo pasado en la ciudad de New York, su auge y su asimilación por parte de la escena artística norteamericana del pop art. También se analiza las relaciones entre el grafiti y el *street art*. En la segunda parte, se estudian los medios de difusión del grafiti a través de la fotografía y actualmente, por medio del internet, así como también las características recurrentes en las imágenes que promueven el grafiti. También se desarrolla una noción del lugar que ocupa la documentación gráfica en el discurso del grafiti y de la necesidad que tiene de esta para existir. En la tercera y última, se ahonda en la relación del grafiti con las instituciones, las formas en que se relaciona con el espacio urbano y la relación simbiótica entre el grafiti y su contexto. Además, se analiza su vinculación a la institución artística y otros campos como la publicidad, que es en sí una demostración de la diversidad de discursos que existen sobre el grafiti.

Finalmente, se propone la necesidad de una nueva actitud frente a los fenómenos conocidos como grafiti debido a la imposibilidad de su erradicación.

Introducción

I

El grafiti es un discurso que nace desde la marginalidad, fuera de la institución, al ser así, es difícil encontrarle un inicio definido. Por otro lado, en algún momento de la historia occidental, empieza una institucionalización del grafiti, ya sea por su teorización dentro de las instituciones académicas (arqueología, historia, literatura, sociología, antropología), ya sea por su aceptación en los museos o por el aumento de su difusión a través de varios medios de comunicación (páginas webs, revistas, videos en internet, etc.); lo cual señala que el grafiti tiene un espacio para su desarrollo no necesariamente en la marginalidad.

El término “grafiti”, según la RAE, es un grafito: “escrito, hecho a mano por los antiguos en los monumentos, un letrero o dibujo circunstanciales, de estética peculiar, realizados con aerosoles sobre una pared u otra superficie resistente”¹. Este significado abarca el uso cotidiano que hacemos de esta palabra, pero si leemos algo sobre los estudios realizados por Brassai², notaremos que lo que él consideraba graffiti es una manifestación cultural que no tiene relación con monumentos antiguos, y que existía mucho antes de la invención de los aerosoles³.

Por otro lado, en la Grecia Antigua se acostumbraba escribir textos que consistían en mensajes escritos rayando la superficie de las vasijas que eran de uso cotidiano en la vida griega de esa época. La intención de estos textos eran varias, entre algunas estaba la de advertir secretamente de actividades criminales o realizar bromas

¹ Diccionario de la Real Academia Española. Vigésima Segunda Edición. España 2001.

² Pseudónimo de Gyula Halász (1899 - 1984), un fotógrafo húngaro que desarrolló su carrera en París y conocido por sus trabajos sobre grafiti.

³ Para Brassai un graffiti era una manifestación estética natural realizada de manera espontánea en la calle. Podrían ser los dibujos que los niños hacían con piedras rasgando los muros en la ciudad de Pompeya.

con contenido obsceno. Algunos estudiosos consideran esta como una de las formas de grafiti más antigua.⁴

En 1521, Hernán Cortés, conquistador español, durante un corto período se levantaba a enfrentar los reclamos de los capitanes españoles que no estaban satisfechos con el reparto del botín de Tenochtitlán. Estos reclamos consistían en frases y versos anónimos escritos con carbón en las paredes blancas del palacio en que habitaba. Cortés, al inicio respondía cada uno de los reclamos en verso, pero debido a la insistencia de las réplicas un día se levantó y escribió, en la misma pared, “Pared blanca, pared de necios”⁵. Ángel Rama afirma que con este gesto Cortés:

“Restablecía así la jerarquía de la escritura, condenando el uso de muros (al alcance de cualquiera) para esos fines superiores. Simplemente certificaba la clandestinidad de los grafiti, su depredatoria apropiación de la escritura, su ilegalidad atentatoria del poder que rige a la sociedad.”⁶

Es posible que Cortés haya divisado una amenaza al poder establecido, pero también parece que con este gesto desdeñoso ubicaba a los grafitis como un medio de comunicación que debía ser ignorado, ya que al tomarlos en cuenta, es decir al contestarlos, uno caía en un juego de necios. En todo caso, está claro que situaba al grafiti como un medio extraoficial, algo con lo que el poder no debe relacionarse.

Así fue el grafiti en sus inicios. Sea como una manifestación de inconformidad, crítica, protesta, expresión estética, la característica predominante que envolvía a esta manifestación social era su carácter extraoficial, esa “libertad” que le daba estar fuera de las leyes, ya sea por su lugar de existencia -un lugar no usado para comunicación escrituraria formal- o por su lugar de enunciación -el anonimato-. Quizá conformándonos con este rasgo podríamos encasillar a los ejemplos antes mencionados,

⁴Lewisohn, Cedar, *Street art: The graffiti revolution*, Abrams, New York, 2008. Pág. 26.

⁵Rama, Angel, *La Ciudad Letrada*. Argentina, Ediciones del Norte. Pág. 50.

⁶ Ibid, pág. 50.

pero aquí es oportuno notar que en las cuatro últimas décadas el grafiti ha adoptado nuevas formas, ha sido recibido en nuevos espacios y su relación con el poder ha cambiado.

Si bien no siempre es aceptado y recibido con los brazos abiertos, ahora las instituciones toman medidas para asimilarlo prescindiendo de su penalización; en algunos lugares como en España hay espacios públicos que los gobiernos e instituciones brindan a los grafiteros para que estos puedan manifestarse, siempre y cuando cumplan con ciertas normas; existen situaciones en las que se le encarga a los grafiteros obras cívicas y de ensalce a instituciones como colegios. Muchos son los museos que abren las puertas a exposiciones de grafiti. Entre otros cambios, está la pérdida del anonimato, ahora hay muchos grafiteros que desean ser reconocidos y en algunos casos, beneficiarse económicamente de su trabajo –esto no significa la muerte del pseudónimo, sino más bien una nueva manera de concebirlo-. Estos cambios mencionados se oponen a la idea de considerar al grafiti como una forma de expresión que sucede siempre al margen de las instituciones y sus mecanismos de regulación.

Otro hecho de importancia, un poco más actual, es la aparición de los términos “post-graffiti” y “street art” para aludir a intervenciones artísticas realizadas en espacios públicos que pretenden diferenciarse del grafiti por la incorporación de técnicas distintas a las del grafiti y por un fin social en sus obras⁷. Lo interesante es que con la inclusión de estos términos y sus intentos de definición nos surgen algunas preguntas ¿Existe acaso una técnica específica con la que se realizan todos los fenómenos catalogados como grafiti? ¿Si el grafiti se caracterizaba por su carácter marginal, no hegemónico, podemos pensar que hay algún grafiti que pueda no tener un fin social? ¿Quién definió la técnica del grafiti y cuándo? ¿En qué momento apareció el

⁷ Lewisohn, Cedar, *Street art: The graffiti revolution*, Abrams, New York, 2008. Pág. 15.

street art? ¿En qué momento el grafiti se transformó en post-graffiti? ¿Existe todavía el grafiti? Si no es así, ¿Cuándo murió y porqué? ¿Por qué no se difundió su desaparición? ¿Hay una institución de grafiti o street art que vele por sus valores y procure su preservación?

II

Uno de los graves problemas con las reflexiones sobre el grafiti es que este, en un inicio, se presenta como un acto no institucional, al ser así, carece de registros históricos formales. La precisión de una historia y una definición en algunos casos se pierde entre reflexiones o ideas realizadas de manera aislada. Por ejemplo, imaginemos a alguien (Alex Ron) que publica un ensayo sobre los grafitis en la ciudad de Quito, definiendo a este como las frases anónimas con cierto carácter lírico o reflexivo que se escriben en las paredes de las calles de una ciudad o pueblo; imaginemos que se encuentra con una persona de New York (Norman Mailer) que ha publicado también un estudio sobre los grafitis en Manhattan, pero definiéndolo como aquellos pseudónimos (*tags*) escritos de manera masiva en espacios públicos, que empezaron a proliferar en la segunda mitad del siglo pasado. A este encuentro sumemos a un fotógrafo (Brassaï) que ha publicado estudios sobre el grafiti de Europa, pero definiéndolo como una obra de arte que se encuentra en la calle realizada sobre el cemento de las paredes rasgando o raspando con algún objeto y que ha existido desde tiempos inmemoriales. Todos estarían hablando de grafiti, pero irónicamente no estarían hablando de lo mismo. Quizá puedan llegar a un acuerdo y afirmar que el grafiti es una escritura con pretensiones estéticas realizada anónimamente en espacios públicos, pero a esta discusión podemos sumar al director de un estudio de diseño de grafiti que afirme que el grafiti ha entrado en el campo de la publicidad y el diseño gráfico con la inclusión de una estética y simbolismo de determinados valores. La inclusión de este nuevo discurso sobre el

grafiti complicaría mucho más el uso de una acepción de grafiti tal como estamos acostumbrados a usar.

Una consecuencia de que la historización y reflexión del grafiti no cuente en un inicio con la palabra escrita, perdurable, fija, es que su definición queda suspendida de manera abstracta en la oralidad y queda como un significante más o menos vacío al cual se le puede otorgar un significado dependiendo del momento y el lugar del texto en el que esté inserto. Es un término que termina usándose para aludir a diversos fenómenos, algunas veces hasta contradictorios entre sí. Además, le permite generar con libertad una mitología alrededor de él. Ejemplo: Si se trata de ubicar el origen del grafiti norteamericano de la segunda mitad del siglo XX, abundan los nombres de los pioneros de los cuales sólo se conoce su pseudónimo y su lugar de residencia y de los cuales hay escasa documentación. Los nombres de estos pioneros aparecen en páginas de internet, en documentales, etc. y el acceso mayor que hay en la época actual hacia medios de comunicación masiva tales como el internet, colabora a que la información escasamente documentada abunde.

Los textos culturales en los que se inscribe actualmente el grafiti son múltiples. En la actualidad, el grafiti está en una nueva etapa y su existencia, ya no completamente marginal, es rastreable en multitud de medios como galerías fotográficas en internet, en ensayos críticos sobre “arte urbano”, en documentales y revistas que lo reseñan, comentan e institucionalizan, en libros, etc.

Como hemos mencionado, existen movimientos artísticos que tratan de diferenciarse del grafiti sin proponer valores identificables. Por otro lado, existen trabajos escritos sobre el grafiti que asumen una sola forma de grafiti como su rasgo esencial. Hay características específicas sobre un determinado tipo de grafitis que no pueden asumirse como rasgos esenciales a todo lo denominado como grafiti. Sin

embargo esta confusión se mantiene ya que muchas veces el grafiti se considera como una expresión de rebeldía, pero actualmente ha dejado este espacio para convertirse en una expresión estética o creativa.

El siguiente trabajo estudiará los diversos discursos sobre el grafiti y pretenderá buscar en ellos cuáles son estos valores del grafiti con los que se pretende diferenciarlo de otras expresiones como el *street art* y establecer unas tipologías de estas diferentes manifestaciones que se enmarcan bajo el término de grafiti. Estos discursos sobre el grafiti no pueden considerarse, bajo ninguna circunstancia, como una pieza ordenada en una secuencia histórica donde sólo deberíamos precisar la fecha y nombres de autores para poder entender las transformaciones. Debemos considerar estos discursos sobre el grafiti como redes de significaciones que pueden superponerse unas sobre otra y que pueden compartir física y espacialmente, pero a su vez pueden ser tan distantes que provoquen la sospecha de su relación.

Breve Historia del Graffiti neoyorkino y su relación inicial con el Street-Art

Uno de los primeros problemas con los que nos encontramos al estudiar el graffiti tiene que ver con el vocablo al cual está fijado. Dicho vocablo *graffiti*, de origen italiano y de uso generalizado en muchos idiomas occidentales, alude a varios fenómenos culturales separados históricamente. Además, algunos de estos fenómenos son propensos a una relación de continuidad, de evolución o de afinidad uno con otro, ya sea en un mismo contexto, por ejemplo la relación entre el tag-graffiti y el Street Art, o entre sociedades y culturas completamente distintas, como cuando se crea una relación entre los mensajes escritos en las vasijas de libación encontradas en los yacimientos arqueológicos de Pompeya y Roma y en los afiches subversivos de las manifestaciones del Mayo francés del 68. Con respecto a esta situación, este trabajo monográfico tiene como uno de sus apartados primeros el estudio de la historia, relación y vínculos entre lo que actualmente se conoce como graffiti y el Street Art o arte callejero.

Para entender históricamente el Street Art y la calidad de su relación de dependencia o de diálogo con el graffiti tenemos que remontarnos al espacio y circunstancias sociales que propiciaron la aparición, reproducción, transformación y legado de ambos fenómenos culturales. El New York de los años setenta fue en donde se desarrolló el movimiento suburbano del tag-graffiti o New York Style como se lo conocerá más tarde, que consistía básicamente en la reproducción masiva de firmas personalizadas y estilizadas (tag) en paredes y en los vagones del sistema de transportación masiva Metro de la ciudad. Los precursores directos de este movimiento son rastreables en las ciudades de New York y Filadelfia de los años sesenta con similitud de intenciones y procedimientos. En el caso del Street art y también de la forma institucionalizada del graffiti (post-graffiti) existe la posibilidad de encontrar precursores indirectos,

básicamente las vanguardias artísticas de los años veinte y treinta, cuyo mayor legado fue modificar la categoría de obra de arte, permitir la total libertad en los medios y procedimientos artísticos y por ende posibilitar la posterior asimilación del graffiti y del Street art dentro del mainstream y del mercado.

Sobre publicaciones acerca del género se puede citar un amplio repertorio de trabajos, desde el ampliamente conocido *The Faith of Graffiti* de Norman Mailer de 1973 hasta la más reciente *The History of American Graffiti* de Roger Gastman y Caleb Neelon. Con respecto a publicaciones que tuvieron el privilegio de recoger las historias y los discursos del graffiti en su época de oro, in situ, cabe destacar los trabajos de Gusmao Cesaretti con su *Street Writer: A Guided Tour of Chicano Graffiti* publicado en Los Ángeles en 1975; el trabajo ensayístico de Jean Baudrillard: *Kool Killer or The Insurrection of the signs* publicado en 1976 como parte del libro *Symbolic Exchange and Death*; y los trabajos de Henry Chalfant *Spraycan Art* y *Subway Art*, este último en colaboración con la fotógrafa Martha Cooper ambos publicados en 1987. Cedar Lewisohn con la publicación en 2008 de su *Street Art, The Graffiti Revolution*, logra generar un panorama amplio de la historia y situación actual del graffiti y Street art, a más de esbozar como eje importante de su propuesta el estudio de las relaciones y el diálogo vivo entre estos dos fenómenos. Relación que tuvo una dimensión estética, temporal, con distintos ejecutores, intenciones, referentes, pero que mantuvieron la particularidad de compartir una misma propiedad fundamental: la reinterpretación y reapropiación del espacio público urbano y la formación de toda una cultura que trascendió los museos, la academia y la calle.

Contexto de aparición del graffiti N.Y. Style

El fotógrafo e investigador Henry Chalfant, en un análisis del contexto en donde se desarrolló el graffiti en su primera etapa, establece como causales varios escenarios que llevaron a que el movimiento juvenil del tag-graffiti se convirtiese a corto plazo en un reto al modelo industrial y poder capitalista neoyorkino y decantase rápidamente en una revisión profunda del concepto de espacio público, o dominio público al que tenían acceso los ciudadanos. El escenario de aparición del graffiti, el Nueva York de mediados de siglo XX, se lo puede describir como una ciudad de constantes reconstrucciones, sumida en una dialéctica de modernización de los suburbios en donde el desarrollo económico y la satisfacción de necesidades materiales se impusieron como modelo del ideal americano de vida plena. Este esquema de renovación urbana constante unido a la especulación y corrupción del sistema, a la construcción de grandes autopistas y suburbios en detrimento de los conceptos de vecindario y comunidad tuvieron como gran mentor y gestor al gurú del planeamiento urbano norteamericano Robert Moses. Su esquema de impulso económico y de control social estilo panóptico queda resumido por Chalfant en la sencilla expresión: “bulldoze and rebuild”⁸. Este modelo ideal para los negocios a la vez que generaba oportunidades de inversión para el capital, inhibía la conformación de comunidades tildadas de peligrosas, con la consecuente eliminación de cualquier forma de organización crítica. La destrucción de los vecindarios y la intromisión del factor inesperado del *tagging* en la dinámica de la ciudad, trajo consigo el nacimiento de una nueva forma de comunidad cuya unidad radicaba en la forma de expresión que habían elegido para contestar al modelo y a la exclusión de las que eran víctimas.

⁸Chalfant, Henry/ Prigoff, John. *Spraycan Art*. Thames and Hudson: New York, 1987.

El hecho de que a diferencia de Filadelfia, el graffiti en Nueva York se haya masificado en los laterales y contornos de los vagones del sistema metropolitano de transporte, en lugar de los muros de los edificios, trae consigo varias cargas de sentido: por un lado está el factor cinético del medio que permite que el grabado no esté fijo en un lugar sino que su influencia se riegue por los demás sectores de la ciudad y por ende éste sea visto y comentado por un amplio público de iniciados y alienados; también podríamos destacar el componente visual de shock cinematográfico (sinergia de imagen y movimiento) desde el punto de vista del espectador, que generalmente también se está desplazando, habituado al paisaje urbano gris de la ciudad que de repente ve violentado su campo de visión con una imagen extradiegética a su contexto y que trastoca dicha realidad; por otro lado está el factor de la ilegalidad con su carga de contestación al sistema que se encargará de reprimirlo y eliminarlo, lo que le otorga la característica de práctica de un discurso efímero, peligroso y marginal. Con respecto a la ilegalidad de la que gozaba la actividad sobre los trenes, Sarah Giller en su monografía *Graffiti, Inscribing Transgression on The Urban Landscape* describe la situación de la siguiente manera:

Esta faceta ilegal ha condicionado de forma innegable la propia fisionomía de las obras de graffiti. Se puede observar cómo las piezas sobre trenes o espacios ilegales acusan la premura y riesgo de su soporte frente a las más seguras piezas realizadas sobre pared. Por otra parte esta ilegalidad forma parte intrínseca de la propia producción del graffiti hip hop, desde el mismo momento en que los parámetros esenciales de esta cultura radican en la resistencia social y es en sí misma una estrategia de actuación urbana frente a la desigualdad y carencia de espacio vital en la sociodinámica urbana.⁹

Chalfant por su parte aborda la condición de ilegalidad desde la perspectiva del escritor de graffiti, del concepto de reto, de adrenalina, de superioridad sobre sus colegas y autoexigencia para pintar, para ser el mejor, alcanzar mayor reconocimiento, transgredir el orden y lograr escapar ileso.

⁹ Giller, Sarah. *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/giller.html>. Revisado el 27 de febrero de 2011 a las 18:00

El arte del spray evolucionó sobre los costados de los trenes. Se trasladó a las grandes superficies fijas de los muros de la gran ciudad solo para estar más seguro, pero indudablemente el graffiti nunca pudo haber nacido en un medio inmóvil. En cada ciudad donde existen escritores de graffiti, éstos poseen una atracción mistificadora hacia los trenes, los grandes gusanos de metal, que en la ciudad circulan por las arterias de la gran bestia. El drama se desarrolla en medio de grandes ruedas de acero, cables de alto voltaje y monstruosas máquinas, oscuros túneles donde los escritores sortean el peligro para realizar el arte en el que creen. Los trenes son la arena donde el escritor se prueba a sí mismo, y es esta aventura la que llama la atención de los demás.¹⁰

Para Chalfant es muy importante el hecho de que el sistema haya adoptado una política sistemática de represión y eliminación del graffiti del inmobiliario y servicio público. El hecho mismo de que los vagones y paredes de la ciudad estén pintados ya indicaba un primer indicio de pérdida de control social. Durante toda la década de los ochenta se incrementaron los controles, se endurecieron las multas y se criminalizó la actividad y ya para 1989 la Metropolitan Transportation Authority (MTA) le había ganado la guerra al graffiti y declaraba a sus trenes libres de aerosol. A este respecto, los graffiti writers MARE 139 y DURO expresaron la célebre frase ampliamente citada, parafraseada e intertextualizada en reseñas históricas, productos artísticos y demás manifestaciones culturales: “We may have lost the trains, but we’ve gained the whole world”¹¹. El alcance y la vigencia de esta frase hoy en día permite afirmar que el movimiento del graffiti neoyorkino no pasó por el mundo como un hecho aislado que nació y murió en su contexto, sino que trascendió y su legado inunda muchas de las dimensiones de la vida social, desde la academia (en donde destacan los trabajos del mismo Chalfant y de la fotógrafa Martha Cooper), los medios masivos de comunicación, el diseño de ropa, calzado, souvenirs, la música (cultura hip hop), el diseño gráfico, el Street Art y hasta el arte convencional de museos y galerías.

¹⁰Chalfant, Henry/ Prigoff, John. *Spraycan Art*. Thames and Hudson: New York, 1987.

¹¹ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Tate Modern: Londres, 2008. P.

Aproximación a una definición del graffiti

En octubre de 2008, en el post inaugural "BLOG LAUNCH..." del blog que lleva su nombre, el graffitero REVOK luego de una justificación escrita firmó con su tag un graffiti que giraba en círculos concéntricos y se repetía hasta disolverse en un vórtice amorfo e infinito. La leyenda que acompañaba la fotografía decía así:

R.

–

KEEP THE MOVEMENT MOVIN'... 12

Mientras avancemos con el recorrido histórico veremos cómo el principio del movimiento (en cuanto a superficies, alcance mediático, pluri-significación y capacidad para constantemente reformularse) está arraigado en la actividad y en la definición del graffiti. Cedar Lewisohn comparte este principio y analiza la fluctuación semántica que ambos términos "Street art" y "graffiti" tienen en el imaginario público. Para el efecto, hemos elaborado este cuadro explicativo con los conceptos que el autor maneja con respecto a ambos términos:

Graffiti: por lo general cualquier forma de aplicación no oficial y proclive a sanción de un medio sobre una superficie.

Graffiti writing: Tag (Corazón del graffiti, marca o firma del escritor), cuestión de estilo y técnica. Norman Mailer citando al graffitero CAY 161 lo llama la *fé*¹³ del graffiti

Street art: los problemas de definición del término residen en el alcance de su cobertura semántica. Cubre un vasto grupo de artistas que trabajan

¹²Revok. Blog Launch, post inaugural del blog *Revok1.com*.
<http://revok1.com/blog/2008/10/blog-launch/> (Revisado el 27 de febrero de 2011, hora: 21:54)

¹³ Mailer, Norman / Naar Jon. *The Faith of Graffiti*. 451 Editores: Madrid, 2010. P 8

en espacios públicos alrededor del mundo de maneras muy diferentes.

Algunos de ellos no aceptan el término.

El graffiti para Lewisohn en cuanto a alcance está relacionado con una comunicación interna hacia el “crew”, que es una comunidad cerrada con la que se comparte un léxico: códigos de conducta, estéticos, estilísticos y cuya dimensión discursiva resulta alienante para agentes externos al grupo. Sin embargo esto no quiere decir que los escritores de graffiti no busquen el prestigio ni el reconocimiento en lo que hacen, aunque sea dentro del mismo contexto. El mismo hecho de querer plasmar su tag da cuenta de una intención de apropiación. En cambio el Street art está más relacionado a los conceptos y legado de la historia del arte, pero que transgrede la inercia del museo mediante la búsqueda de la apropiación de espacios públicos, de otras posibilidades de expresión y de una audiencia masiva que se escapa del alcance de las galerías. Con respecto al tag Lewisohn establece una definición de la siguiente manera:

Graffiti writing has a very specific aesthetic: it's about the tag, it's about graphic form, and it's about letters, styles and spray-paints application, and it's about reaching difficult locations... In essence, graffiti writers, through their use of tags, are reducing content down to an absolute minimum, reducing themselves to a brand... Once they have distilled their content to its essence, they expand: through scale, enlarging the tag to massive proportions with elaborate DESIGNS; through repetition, many different places as possible; or both.¹⁴

Para muchos autores la forma más pura del graffiti es el tag, y el tag es básicamente tipografía y glorificación del nombre o marca del escritor. Este concepto es uno de los aspectos del movimiento del graffiti a nivel mundial en el que mucha gente (ejecutores, críticos, cultura) sigue creyendo, más aún en lugares en donde el graffiti sigue ostentando una posición de marginalidad. Cedar Lewisohn expande su definición del tag de la siguiente manera:

¹⁴Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Author's Foreword. Tate: Londres, 2008. P. 8

How it's made and the way it looks, the quality of production, its placement, fading color combinations (...) graffiti writers highly value the skill of the hand and the proficiency in the use of spray, even the most basic tag should be well executed (...) You don't need to be able to draw to become involved; you don't even have to have an interest in art, just the curiosity or impetus and the ability to write your name.¹⁵

Norman Mailer en el primer capítulo de “La fé del graffiti” a manera de narración reflexiva inaugura la reflexión acerca de la importancia del tag para entender la trascendencia y el papel del graffiti en la sociodinámica del New York contemporáneo. Mailer, a partir de lo que llama la práctica de un periodismo estético, logra (a través de la inmersión dentro del grupo) rastrear los valores y constantes culturales en los escritores de graffiti con los cuales comparte la génesis de la crítica del movimiento graffitero. En este caso se manifiesta acerca del nombre o tag de la siguiente manera:

Tanto en entrevistas propias como de otros, la palabra que prevalece siempre es nombre. MIKE 171 informa a New York Magazine que hay “chavales por toda la ciudad con bolsas cargadas de pinturas que esperan marcar su nombre”. Una buena pista. Un objeto se marca con el nombre, sí, y en el gueto, marcar es matar (...) Al marcar tu nombre quizá algo en todo el esquema del sistema esté dando un estertor de muerte. Porque ahora tu nombre está encima de sus nombres: encima del fabricante de vagones de tren, del jefe de Tránsito, de de la administración de la ciudad. Tu presencia está sobre la presencia de ellos, tu alias sobre su escenario. (MAILER/1972)¹⁶

Mailer da cuenta de la importancia del tag en la apropiación del espacio, en la constitución de la marca visible del escritor que vendría a ser el fin mismo del graffiti: el ser visto y el saber que se está. Lewisohn por su parte introduce el elemento de la ininteligibilidad a primera vista del graffiti, más aún del Wildstyle (estilo tipográfico críptico y entrelazado) y lo ubica dentro de una dimensión comunicativa de comunidad cerrada, además ahonda en el aspecto humano de la actividad al considerar a los escritores de graffiti como parte importante de la construcción del discurso que se articula en torno al fenómeno.

¹⁵Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo X “Graffiti is addictive”. Tate Modern: Londres, 2008. P. 15

¹⁶ Mailer, Norman / Naar Jon. *The Faith of Graffiti*. Capítulo 1: “La fe del graffiti” 451 Editores: Madrid, 2010. P 6

Con respecto al graffiti neoyorkino y su soporte móvil (el tren urbano), Jesús de Diego en su monografía *La Estética del Graffiti en la Sociodinámica del Espacio Urbano* coincide con Lewisohn y Mailer en su reflexión acerca del carácter trasgresor del orden de la actividad, de los riesgos que implicaba, de la adrenalina que producía, y de las técnicas y mecanismos de producción. Su descripción amplia de la forma en que operaban estas familias de jóvenes escritores de graffiti va desde los aspectos de su relación con el museo, de análisis de la imagen y perspectiva icónica hasta los procedimientos de pintado, escape y huida:

La mayor parte de estos graffiti se realizan de noche en cualquier cochera o estación ferroviaria. Para acceder a ellas los escritores han de escalar muros, saltar alambradas y verjas y esconderse durante horas para no ser vistos (...) los trenes son elegidos en función de su posición en el emplazamiento, su futuro recorrido y el impacto que la visión del tren pintado tendrá en otros escritores que puedan verlo (...) la elaboración de una pieza puede llevar de 45 a 90 minutos, si bien en algunas ocasiones se toman más tiempo, especialmente cuando la obra planificada comprende la totalidad de un vagón, el denominado whole car. Se planea meticulosamente la parte que a cada escritor le corresponde para pintar, su posición y relación con las demás piezas...¹⁷

Historia y evolución del Tag-graffiti

Durante la Segunda Guerra Mundial apareció el primer antecedente al graffiti de calle: en algunos muros de la ciudad de Tunicia se encontraron varios ejemplares de una especie de caricatura anónima con la figura de un hombre narizón cuya cabeza y brazos sobresalían de un muro de ladrillos, dicha caricatura estaba acompañada de la frase “Kilroy Was here”¹⁸. Este fenómeno que se le atribuyó como iniciativa a una fracción de la Air Transport Command de los Estados Unidos, se repitió en las sucesivas

¹⁷ De Diego, Jesús. *La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*. Capítulo X “El Graffiti sobre los trenes”, Secc. Formas de producción del graffiti sobre trenes. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 27 de febrero de 2011 a las 18:00

¹⁸ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo "Kilroy? More?". Tate: Londres, 2008 P 70

campañas que el soldado o la compañía responsable tuvo en su agenda: Francia, Italia y Alemania¹⁹. Esta forma de expresión es en la actualidad un motivo generalizado en la cultura occidental principalmente anglosajona y no es de extrañarse las constantes intertextualidades que aluden a Kilroy en los productos culturales urbanos más diversos, desde publicidad hasta graffiti común. Como segundo antecedente próximo podemos mencionar que durante los primeros años de la década del sesenta surgen en la ciudad de Filadelfia los nombres de Cornbread y Kool Earl²⁰, los después denominados primeros graffiteros del mundo fueron los que patentaron la subcultura de los tags o firmas personalizadas que se imprimían en las paredes de la ciudad. En Nueva York a finales de los sesentas, especialmente en 1967 se da una explosión de nombres y lemas políticos, de grupos pacifistas o de militancia racial o reivindicatoria nacional como el famoso slogan de los barrios puertorriqueños: "Viva Puerto Rico Libre"²¹. Cabe mencionar que estas manifestaciones políticas y los graffitis de pandillas para marcar territorio fueron fenómenos que corrieron en un inicio paralelos al tag-graffiti pero que se mantuvieron diferenciados en cuanto a intenciones, ejecutorias y realizadores.

Comenzada la década del setenta, una generación de jóvenes neoyorkinos empezó a pintar en los vagones del metro de Nueva York con lo que se generalizó por toda la ciudad el uso de los tags acompañados de los números que correspondían a las calles donde vivían los escritores, como por ejemplo: TAKI 183 de Manhattan o el primer rey del Bronx: LEE 163. Hasta ese momento el graffiti neoyorkino consistía en el nombre con una tipología que lo caracterizaba y algún elemento de adorno como una corona u otro recurso icónico. En el período comprendido entre 1971 y 1975 se afianza el tagging como demostración de gusto y técnica y empieza a alcanzar complejidad en su

¹⁹ Quinion, Michael. "Kilroy was here". World Wide Words. <http://www.worldwidewords.org/qa/qa-kill.htm> Revisado el 13 de Diciembre de 2010.

²⁰<http://subwayoutlaws.com/History/History.htm> Revisado el 12 de diciembre del 2010 a las 17h00.

²¹Ibid.

elaboración, con la consiguiente diferenciación en estilos y habilidades entre escritores. A Lee Quiñonez o LEE 163 del Bronx se le atribuye la creación del logo y su popularidad se debió en un primer momento a la ubicuidad de sus graffiti prácticamente en todos los trenes del sistema²².

El año de 1972 se caracteriza por la consolidación de la línea más conocida de la estética N.Y. Style: BARBARA 62 y EVA 62 empiezan a contornear sus nombres y SUPER KOOL 223 introduce al arsenal técnico la boquilla gruesa del inyector de aerosol industrial, un elemento que logrará un salto cualitativo en la estética del grafiti. A finales de ese año el escritor PHASE 2 del Bronx crea a base de la obra de SUPER KOOL 223 las “Bubble Letters²³” o el estilo tipográfico de las letras huecas redondeadas y rellenas de color que le dieron una dimensión de suavidad de la que se carecía el grafiti. Esta tipografía influenció a los escritores PISTOL 1 y FLINT 707 que incorporaron las primeras piezas gráficas en 3D²⁴.

Consolidación y desarrollo del tag-graffiti período de 1975-1979

El período de años comprendido entre 1975 y 1979 es muy importante en nuestro recorrido histórico porque constituye el lapso en el que el tagging pasó a convertirse en un movimiento completamente consolidado. El caso del graffiti es único debido a su aparición completamente espontánea, sin financiamiento inicial y sin haber sido proyectado como fenómeno de amplio alcance, defendido únicamente por la gente del movimiento: TAKI 183, EVA 62, TRACY 168, DONDI, etc. Para Henry Chalfant uno de los principales factores del desarrollo del graffiti tuvo que ver con la represión, con

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ “The first 3-D piece was painted by the legendary Brooklyn writer PISTOL 1, FLINT 707 followed it shortly with a 3-D top to bottom piece”, de: <http://subwayoutlaws.com/History/History.htm> Consultado el 12 de diciembre de 2010

la hostilidad de las autoridades de control hacia la actividad en los primeros años, a pesar de estar desde el inicio completamente diferenciada en intenciones y en ejecutores del gang-graffiti o graffiti de pandilla²⁵. Otro aspecto importantísimo que vale la pena nombrar, tuvo que ver con la superficie, al ser el tren un medio móvil, la competencia entre escritores de los cinco sectores de la ciudad creó grandes rivalidades entre ellos. Norman Mailer cita al escritor de graffiti BAMA que en una entrevista en el año 1973 dijo: “El estilo del Bronx son letras pompa, el estilo de Brooklyn es caligráfico con mucha floritura y flechas. Es todo un estilo por sí solo. El estilo de Broadway con letras plataforma, finas y altas, llegó de Filadelfia de la mano de Topcat. El estilo de Queens es muy difícil, muy duro de leer”²⁶. Con respecto a esto último (el estilo de Queens según BAMA) es importante destacar que una de las causas de la notoriedad del graffiti radicaba en el extrañamiento que producía en el espectador esta forma de manifestación visual y principalmente el graffiti estilo wildstyle. Es importante también mencionar que entre las fuentes de las que se nutrió el graffiti para dar un salto cualitativo se encuentra la cultura pop así como la popularidad de la que gozaban los comics en el movimiento, las fuentes tipográficas y en menor medida el arte del mainstream.

En el léxico del graffiti neoyorkino uno de los conceptos que no se pueden pasar por alto es el de la fama. Aquí vale hacer una revisión del objeto sobre el cual recae esta categoría. Los escritores de graffiti neoyorkinos entendieron fama no como el reconocimiento público mediático de su nombre e identidad ciudadana, sino como la popularidad de su marca. En el submundo del graffiti se alcanzaba notoriedad a través de dos medios: la consolidación de un estilo con una técnica depurada que genere admiración de extraños y colegas; y por cobertura masiva del tag (bombing). Sin

²⁵ “That just spurred it on and made it even more fun”, de: Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo IV "Lee". Tate: Londres, 2008 P30

²⁶ Mailer, Norman / Naar Jon. *The Faith of Graffiti*. Capítulo 1: “La fe del graffiti” 451 Editores: Madrid, 2010. P 5

embargo es menester recalcar que existían otras motivaciones que acompañaban a la fama, lo que más destaca en este asunto es un cambio de aspiraciones y de cosmovisión en los jóvenes escritores, pintar graffiti significaba dejar una huella en el mundo, ser original, correr riesgos, recibir gratificaciones no materiales por hacer lo que les gustaba y reinterpretar la concepción que se tenía de la cultura y de la sociedad.

LEE Quiñonez y FUTURA 2000, otras estéticas, narratividad y relación con el diseño

Lee Quiñonez, de origen puertorriqueño es una de las figuras más importantes en la consolidación del graffiti N.Y. Style. La historia lo registra básicamente como un muralista de trenes. A parte de esta característica también fue uno de los primeros impulsores del tagging (de hecho fue el primer escritor en alcanzar fama indiscutible en el Bronx) y de consolidar su marca como uno de los íconos del período. Su interés por la experimentación con el color y el aspecto narrativo de muchos de sus trabajos le dieron una importancia señera en el panorama del graffiti neoyorkino de los años setenta y ochenta. Lee a diferencia de sus contemporáneos más interesados en la dimensión de competitividad del graffiti y en estructurar un mensaje encriptado, buscaba en sus obras entablar un diálogo entre la ciudad y el artista, con una clara perspectiva política en sus murales. LEE utilizó un tipo característico de grafía, los llamados block letters (letras en bloque), recurso que le dio la posibilidad de esbozar un mensaje más accesible visualmente que muchos de los wildstyle graffiti (estilo entrelazado y encriptado) de sus contemporáneos. Entre los temas en los que estaba interesado y fueron motivo de sus más importantes trabajos destacan la guerra de Vietnam, la lucha por los derechos civiles, la concepción de la ciudad como un espacio

de no vida para el ciudadano, la alienación del hombre en sociedad, movimientos de liberación femenina, etcétera. (Ver anexos 1 y 2)

A este respecto Jesús de Diego en su descripción de la narratividad en algunas piezas de graffiti sobre trenes en su natal Zaragoza y a lo largo de toda la región sur de Europa, estilo que llama heredero directo del graffiti neoyorkino (en especial de Lee), enuncia lo siguiente:

Existe la idea de montaje entre diversas piezas de graffiti, es decir, la relación expresada a través de su yuxtaposición, existen diversos recursos gráficos de relación entre piezas. Estos nexos o elementos comunes se encargan de hilvanar las diferentes piezas entre sí con una intención manifiesta de montaje, implicando una producción de sentido que se enriquece y multiplica. Este aspecto permite calificar al graffiti de expresión narrativa y poseedora de una retórica discursiva de montaje que abunda en la metáfora pictórica mediante la yuxtaposición de elementos disimilares.²⁷

Las imágenes de LEE en los vagones de la ciudad estaban diseñadas para ser vistas rápidamente, en ellas es posible identificar una confluencia de color e impacto visual y narrativo de la que carecían otros escritores anteriores. Lewisohn describe la impresión de sus graffiti de la siguiente manera: “Lee’s images moved away from you as fast as they came to you”²⁸. Jesús de Diego hace una buena aproximación a algunos de los elementos que conforman la imagen del graffiti en movimiento y los analiza desde la perspectiva del recurso icónico, del punto de vista cinético y desde el espectador. Vale esta descripción para aproximarnos a la magnitud de la impresión visual que generaban los trabajos de Lee durante las décadas de los setenta y ochenta:

La asociación del factor cinético, del soporte o del observador, a la observación óptima de la pieza de graffiti está presente en cada momento de la planificación anterior a la realización. La mayor parte de los focos de graffiti con mayor capacidad exhibitoria se sitúan en zonas de tráfico rodado rápido. Se consigue así un tipo de expresión cinética asociada al movimiento implícito del espectador en la que este mismo cinetismo convierte la obra en un tipo visualmente efímero, comparable en sus categorías visuales al spot televisivo. El movimiento asociado a la observación modifica los resultados de la percepción del espectador de forma

²⁷De Diego, Jesús. *La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*. Capítulo X “El Graffiti sobre los trenes”, Secc. El concepto de movilidad en el graffiti. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 27 de febrero de 2011 a las 18:00

²⁸ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo IV "Lee". Tate: Londres, 2008 P. 35-38

comparable a lo que ocurre en el cine, donde la exposición de 24 fotogramas por segundo provoca la sensación de cinetismo real. Es decir, la presencia de condiciones óptimas de observación implica el desarrollo del potencial expresivo de estas formas artísticas. (DE DIEGO/97)²⁹

FUTURA 2000 es otra de las figuras legendarias de la época dorada del N.Y. Style, es lo más cercano a un artista abstracto trabajando a la manera de un graffitero y sobre la misma superficie que sus colegas neoyorkinos. FUTURA 2000 se caracterizó por la incorporación de la abstracción cromática como recurso preferido de expresión en sus whole cars.³⁰ La calidad visual de sus trabajos, influenciados en cuanto a diseño y paleta de colores en el pop art, en el futurismo y en la ciencia ficción creaba un contraste brutal con el contexto gris y deprimente de la ciudad. Martha Cooper en su labor de documentalista insitu y de estudiosa del movimiento y de los diálogos que estaba produciendo con la ciudad, logró en 1980 la célebre fotografía “Futura Train”, registro visual que graba perennemente el más famoso trabajo de Futura: el “Brake Train”, un vagón de metro completamente pintado con una diáspora de colores sobre motivos como de pared derrumbada.³¹ En octubre de 2007 la empresa de juguetes Toy Tokyo, en colaboración con Maharishi y Futura Laboratories sacó al mercado una edición limitada a manera de réplica a escala de 50 x 10 cm del vagón en el que estuvo pintado el Futura Brake Train (ver anexo 3)³². La calidad y popularidad de los graffiti de Futura le valieron un amplio acercamiento con el diseño: durante los años ochenta fue regular en galerías, en 1981 hizo el diseño del single “Radio Clash”, de la banda londinense The Clash, grupo con el que tuvo una estrecha relación laboral y personal que duró hasta avanzada la década de los noventa. A partir de esta década, FUTURADos Mil colaboró

²⁹ Ibid.

³⁰ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo V "Futura 2000". Tate: Londres, 2008 P 41

³¹ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Secc "Martha Cooper". Tate: Londres, 2008 P 36, 37

³² Toy Tokyo. *Future All City Style Brake Train*. http://www.toytokyo.com/shopping/index.php/page/product/product_id/8409

con el desarrollo de la identidad visual del sello MO Wax Label³³ y continuó con su carrera de artista gráfico.

El salto hacia las galerías

El año de 1972 marca un punto de quiebre de este movimiento social hacia la auto-institucionalización con la creación de la United Graffiti Artists, con su primer presidente COCO 144³⁴. A propósito de este primer acercamiento con la institucionalidad del arte, la página Facebook de la United Graffiti Artists recoge la siguiente descripción:

Graffiti has a solid history in the New York gallery world. Almost forty years ago in 1972, the United Graffiti Artists broke new ground with their exhibition at City College. With such masters such as SJK 171, Coco, Mike 171, Snake 1, Stitch 1, and Phase 2, graffiti began attempting to bomb the system from within the system. The New York art world's initial fascination with graffiti was sparked by the magnificent trains that penetrated the daily life of New Yorkers. This led to performances in which writers would demonstrate their talents in front of wealthy collectors and curious individuals.³⁵

En 1974 se da el otro gran suceso de aproximación del movimiento con la crítica, esta vez mediante la publicación del escritor y periodista Richard Goldstein en la New York Magazine del artículo titulado: "The Graffiti 'Hit' Parade", en donde por primera vez se ofrece al público masivo lector una perspectiva del movimiento distinta al hecho vandálico o noticioso.³⁶ En este artículo aparecieron graffitis de Phase2, Nova y Stay High 149. Es a partir de estos eventos (exposición en el City College incluida) y de la posterior guerra declarada contra la cultura del grafiti por parte del MTA (Metropolitan Transit Authority de NY) que a través del endurecimiento de multas, de vigilancia y categorización de la actividad dentro del vandalismo hizo que la estética se vaya

³³ Ibid P 41.

³⁴ <http://subwayoutlaws.com/History/History.htm> Consultado el 12 de diciembre de 2010

³⁵ United Graffiti Artists, página web de *Facebook.com*.

<http://www.facebook.com/group.php?gid=28648353197> (Revisado el 20 de agosto de 2010, hora: 04:12)

³⁶ New York Summer Guide. *Graffiti in its Own Words*.

<http://nymag.com/guides/summer/17406/index3.html> Consultado el 27 de febrero de 2011.

involucrando cada vez más con el museo, con el diseño gráfico y se circunscribe, en su mayor parte, a los espacios que la ciudad con el tiempo le irá otorgando y se alejará de las perspectivas e intenciones que tuvo en un inicio.

Los primeros años ochenta constituyeron el despegue definitivo de la relación entre graffiti y museo. A lo largo de la década se reprodujeron las muestras y sobre todo las galerías, entre las más importantes y que tuvieron mucho que ver en este paso estuvieron: The Razor Gallery administrada por Hugo Martínez en conjunto con la United Graffiti Artists; The Fun Gallery de Pati Pastor en donde se presentaron trabajos conjuntos de escritores de graffiti como Lee, Dondi, Futura con importantes artistas de Street Art que se empezaban a dar a conocer como Jean Michael Basquiat y Keith Haring; y Fashion Moda localizada en el Bronx y administrada por Stefan Eins, William Scott y Joe Lewis.³⁷ Es en esta última galería donde bajo la organización de la agrupación de artistas de New York Colab (Colaborative Projects) se gestó en 1980 la célebre Times Square Show, la muestra que significaría el punto de no retorno en la relación que se empezaba a formar entre la academia del arte institucional y el graffiti. La muestra curada por John Ahearn entre otras características presentó trabajos de la gran mayoría de figuras del graffiti neoyorkino y tuvo como gran virtud las facilidades que daba para su difusión: zona de gran accesibilidad, muestra abierta las veinticuatro horas durante un mes y rangos de edades y grupos sociales a los cuales apuntaba muy amplios.³⁸

³⁷Kolossa, Alexandra. *Keith Haring. How the baby learned to walk*. Los Angeles. Taschen 2009.

³⁸Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo IX "I am somebody!". Tate: Londres, 2008 P. 45, 46

Las vanguardias artísticas y su aportación a la concepción institucional del graffiti y el Street art

Los encuentros entre el graffiti como concepto ampliado y el arte empezaron a hacerse presentes durante los primeros años del siglo pasado con los trabajos de documentación arqueológica de grafitos históricos de las ciudades de Pompeya, Roma y Herculano, llevados a cabo por el escritor y fotógrafo húngaro Brassai que empezó a concebir estas formas de expresión como artísticas. Brassai³⁹ (próximo al movimiento surrealista europeo) irrumpió con sus muestras fotográficas en momentos en que el arte estaba viviendo una de las más grandes crisis y rupturas con respecto a la tradición, en donde se cuestionaba a más de las técnicas y métodos de representación del arte, su misma representatividad y existencia como institución social.

Peter Burger esboza como uno de los problemas principales de la crítica de las primeras décadas del siglo XX, la extensión de la categoría obra de arte para catalogar y nombrar los actos de provocación vanguardistas (ejemplo el mingitorio de Duchamp), citando conceptos de Adorno, distingue dos sentidos del concepto obra: el sentido de obra de arte orgánica (simbólica) -que es la que se venía dando hasta ese momento- en donde al signo artístico le corresponde un significado determinado y socializado; y el de obra de arte inorgánica (alegórica) en donde se inscriben los productos de vanguardia y en donde existe una relación de mediación entre estos dos componentes, por lo que la unidad de la obra está contenida ampliamente en el receptor.⁴⁰ Esta es una de las reinenciones del arte que en la actualidad permiten entre otras manifestaciones, el arte conceptual, la presencia de graffitis en un museo y el arte callejero de estudio.

³⁹Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo I "Live in Pompeii". Tate: Londres, 2008 P. 26

⁴⁰Burger, P. *Teoría de la Vanguardia*. Capítulo III "La obra de arte vanguardista". Ediciones Península: 1974. P. 112

Hay que recordar que la intención de estos movimientos revolucionarios no era la de innovar en los procesos de representación o en la técnica, o negar la categoría orgánica del arte, sino la desaparición de la institucionalidad del arte en la sociedad burguesa, y la de unión del arte con la vida. Burger se refiere a los ready mades o productos en serie firmados del artista francés Marcel Duchamp de la siguiente manera:

La provocación de Duchamp se dirige en general contra la institución social del arte, ya que la obra de arte pertenece a esa institución, el ataque también le afecta.⁴¹

El hecho de que los artistas o provocadores firmen los ready mades o los productos en serie, hace clara referencia a la categoría de obra. En Duchamp y demás artistas una vez asimilados por la institución, el acto mismo de provocación deviene y ocupa el lugar de la obra de arte. Burger llega a la conclusión de que el arte contemporáneo (año 1974) se halla en una fase pos-vanguardista, en donde:

...como resultado de un proceso histórico, se da una restauración de la categoría de obra y la aplicación con fines artísticos de los procedimientos que la vanguardia ideó con intención antiartística.⁴²

Los movimientos de neo vanguardia, entre los que si seguimos la teorización de Burger se inscriben el Street Art y el post graffiti, o graffiti de museo o institucionalizado, tienen que aceptar el hecho de la autonomía del arte con respecto a la praxis vital, de la derrota de la agenda vanguardista y la imposibilidad de que el efecto de shock que pretendan sus obras con fines anti-artísticos se de, porque serían asimilados por la institución. Aquí es válido hacer una aclaración: en el tag-graffiti no existe una intención consciente de contravenir la institución social del arte (como sí estaba presente en los artistas y grupos de principios de siglo) sino más bien la intención política de lograr la apropiación de un espacio vital (a través del tag o firma) mediante la irrupción de la letra personalizada en el mobiliario urbano. El object trouvé del que

⁴¹Ibid. P. 113

⁴² Ibid, P 113

nos hemos estado refiriendo ha perdido su carácter antiartístico y ahora ocupa un lugar en el museo y a más de ello, en la cultura popular y en el mercado.

El street art, el arte y la calle

Así como pasa con el graffiti, en donde existen multitud de discursos a su alrededor que constantemente lo definen, lo reinterpretan, lo transforman y lo fijan, el Street Art o lo que se conoce como tal no escapa a la controversia. En primer lugar existe en el imaginario común una confusión furiosa entre ambos términos, la posición más desinformada junta ambas actividades y las agrupa en el sector del vandalismo, otros con una lectura menos superficial y parcializada lo asocian con el estencil (del cual se hablará más adelante), o con el muralismo o el cartelismo. Incluso entre los mismos gestores y productores de ambas manifestaciones existe confusión o de plano una negación del término (ver anexo 4). El recorrido histórico del graffiti moderno nos arroja varias pistas para lograr una mejor comprensión del término: durante la época de oro del graffiti existía un movimiento de jóvenes que pintaban firmas estilizadas en vagones y paredes de Nueva York, producto de esta intervención cultural, estaban generando una serie de reflexiones en torno a los conceptos de propiedad pública y manifestación artística; por otra parte también existía otro grupo de jóvenes (estudiantes de arte la mayoría) que se estaba nutriendo de la influencia de este primer grupo y de los relatos que se generaban alrededor de ellos. En este sentido Cedar Lewisohn ha acertado en ubicar una línea de jóvenes artistas que usando la calle (como soporte y escenario para sus instalaciones y trabajos visuales) corrían en paralelo al movimiento de escritores de graffiti neoyorkinos. Con respecto a estos jóvenes artistas que confluían en las calles y galerías con los jóvenes del movimiento de los trenes, y de la mutua influencia que se estaba generando, Lee Quíñonez hizo el siguiente comentario:

People know what's going on, but they need to see it in the arts to confirm it. That's where a good thing has got even better, with people who haven't necessarily come from the subway movement, but people who have looked at the subway with respect and said: "wow, this is a new outlet".⁴³

Lee Quiñonez certifica de este modo la existencia de la primera generación de artistas callejeros y la interacción que tuvo con el movimiento del cual formaba parte. La condición de artistas y estudiantes de arte los ubicaban dentro de un legado y tradición institucional, sin embargo estos jóvenes no resistieron la necesidad de darse un baño de época y apropiarse de ciertos procedimientos, actitudes y de las nuevas realidades que el diálogo entre graffiti y sociedad estaba produciendo, con lo que dieron origen al Street Art⁴⁴.

Si queremos utilizar el léxico de Peter Burger, estos jóvenes artistas son portaestandartes de una fracción de lo que él llama la neovanguardia, herederos así mismo de los trabajos de Black le Rat y de Ernest Pignon Ernest⁴⁵ como del romanticismo alemán o el movimiento contemporáneo de los graffiteros de N.Y. El arte que estos jóvenes productores estaban realizando se caracterizaba por los siguientes elementos:

- Arte localizado en la calle, documentado y presentado como trabajo de estudio, con el rigor que ello amerita.
- Intención de apropiación de un espacio que transgrediera la localización física de la galería. En este aspecto comparte una característica básica del graffiti en

⁴³“La gente sabía lo que estaba pasando, pero necesitaban verlo certificado en las artes. Ahí fue cuando algo bueno se volvió mejor, con gente que no necesariamente venía del movimiento de los trenes, pero que había visto su impacto y expresaba con respeto: “Carajo, esto sí que es algo nuevo”. De: Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo XXII “Underculture gone mainstream”. Tate Modern: Londres, 2008. P. 63 (La traducción es nuestra)

⁴⁴ Ibid P65

⁴⁵ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo XV "Blek le Rat". Tate: Londres, 2008 P. 69

donde también esta actividad está violentando la capacidad de la institución social controladora y punitiva de definir y delimitar el significado de propiedad pública.

- Intención de una comunicación directa con un público masivo.

Entre las fuentes ideológicas de las que se nutrió la neo vanguardia (terminología usada por afinidad) del Street Art están las ideas de los situacionistas franceses de tendencia marxista (esos sí pertenecientes a las vanguardias históricas) que buscaban romper las barreras de opresión social del arte y la política y los movimientos de liberación social y de derechos humanos de mayo del 68.

En esta primera etapa del Street Art dos artistas llaman mucho la atención: Dan Witz por su cercanía al movimiento del graffiti y Gordon Mata-Clark por su experimentación urbana y por aplicar el concepto situacionista francés del *detournement*.⁴⁶ Gordon Mata Clark en su período de mayor actividad durante los años setenta se caracterizó por realizar complicados y extravagantes trabajos de escultura de paisajes urbanos, como por ejemplo hacer cortes a edificaciones modificando su apariencia de funcionalidad hacia dimensiones absurdas con lo que conseguía la construcción de naturalezas urbanas excéntricas. A estos trabajos Gordon Mata Clark les llamó abstracciones escultóricas y eran exhibidas vía documentación fotográfica o documentación legal si la muestra ameritaba.⁴⁷ Dan Witz en cambio desarrolló en este mismo período una forma particular de arte minucioso y casi imperceptible: realizaba pequeños dibujos hiperrealistas de colibríes a base de acrílico hechos a mano sobre locaciones exteriores y superficies

⁴⁶El *detournement* busca darle un giro crítico a los productos de consumo y simbólicos del sistema capitalista y de la cultura de masas.

⁴⁷ Ibid P 81

industriales (ver anexo 5)⁴⁸. Esta forma particular de manifestación artística podría de alguna manera compartir algunas propiedades con el tagging, más no las particularidades que tienen que ver con: velocidad de producción, alcance, escalas y dimensiones que manejaban como estándares los escritores del movimiento.

Entre otros artistas emblemáticos que corrían paralelo al movimiento del graffiti en N.Y. es menester destacar a: Jenny Holzer, Richard Hambleton y los posteriores Keith Haring y Jean Michel Basquiat⁴⁹. Hasta aquí lo que corresponde a la primera etapa del Street Art, porción de tiempo en el cual sus artistas compartieron en convivencia productiva y complementaria con el movimiento del graffiti de trenes de Nueva York. En todo caso queda claro que el Street Art en sus inicios no fue un movimiento homogéneo con un concepto estilístico o una línea ideológica definida que permita un corte transversal a sus motivaciones y formas de producción, esto resulta obvio si consideramos que el arte es una manifestación reflexiva de los creadores y sus contextos y el Street Art es en último término una forma más de arte.

⁴⁸ Ibid P 79

⁴⁹ Ibid P 81

Grafiti, fotografía, Internet

Se dice del Grafiti que es efímero⁵⁰. Se considera que son productos culturales de un período de existencia corto. A simple vista podría ser la conclusión más obvia, pero en cierta forma, es ajena a lo que es el grafiti.

La aparición de la fotografía a fines del siglo pasado ayudó, entre otras cosas, a la difusión de obras gráficas. En la actualidad, ya no es necesario visitar el Museo del Prado para conocer las obras que se albergan dentro de él, las fotos nos pueden proporcionar hasta cierta medida esa experiencia. Con el grafiti sucede algo parecido, aunque con una gran diferencia. Si bien es cierto que en la actualidad conocemos obras de arte y grafitis gracias a la fotografía, en el primer caso la fotografía es una copia de algo, la falsificación de un original; en el segundo, la fotografía es lo que realmente puede conservar del grafiti. Sin esta, el grafiti no podría ser más que un chisme, un fantasma o un mito, puesto que sus "originales" son borrados con rapidez al ser realizados en lugares públicos (lugares de constante regeneración arquitectónica), generalmente sin permiso. También puede existir el caso en que un grafiti permanezca ignorado eternamente al ser realizado en un espacio rural o abandonado, puesto que, sin su huella fotográfica nadie conocería de la existencia de dicho grafiti.

Dicho esto, es necesario establecer, que el grafiti, considerado en su forma tangible, se constituye de dos elementos: por un lado la obra, lo que vulgarmente denominaríamos como el original, una creación visual insertada abrupta o sutilmente en un lugar público, kamikaze creador, arte suicida; por otro lado la documentación de la obra, el registro

⁵⁰ Esta visión se mantiene en los documentales *Style Wars* (1983) de Henry Chalfant, y *Piece by Piece* (2006) de Nic Hill. También en el blog *Wooster Collective* y en el libro *Grafitos amatorios pompeyanos/Priapeos/La velada de la fiesta de Venus*. Estudio a cargo de Enrique Montero Cartelle, Editorial Planeta-DeAgostini, Madrid España, 1997.

con aires de permanencia, el lugar donde el grafiti puede habitar sin ser olvidado o ignorado. Es cierto que los grafitis en su mayoría son vistos por un número grande, aunque siempre indefinido, de personas, pero su real trascendencia (en tanto repercusión histórica) o popularización se logra gracias a la fotografía. Conocemos los tags de los setentas en New York; el movimiento de Grafiti de San Francisco; las frases de la guerra de las flores; en fin, varias tendencias de grafiti nos llegan gracias a sus registros fotográficos⁵¹. Este es un hecho que también se experimenta con el arte: no todos hemos podido estar frente al tríptico del Bosco, y aún así los hemos visto. La diferencia es que en la disciplina artística tradicional, detrás de la documentación fotográfica existe una obra "original" y una institución (el museo, la academia) con un lugar físico que protege estos "originales", que los selecciona, los excluye y les otorga un valor invaluable, generalmente sujeto a un territorio determinado. En el caso del grafiti, detrás de la documentación sólo hay originales muertos, sepultados bajo litros de pintura plana y deseos de orden, manifestados bajo la pulcritud urbana. Si suponemos que un grafiti y su fotografía son dos cosas diferentes, llegaremos a la conclusión de que es más importante la fotografía del grafiti que el grafiti en sí, porque cuando la obra de grafiti desaparezca (ya que no existen organismos legales que se dediquen a su conservación física) la única constancia de este será su fotografía.

En el grafiti se presenta una situación que ya fue vislumbrada por el pintor norteamericano Keith Haring. Un artista que realizó decenas de murales por encargo, pero que no desaprovechó la oportunidad de taguear su logo o realizar obras en paredes y pisos de lugares públicos sin permisos legales. Un creador que constituye el modelo de artista urbano y en cierto aspecto, del grafitero actual, motivo por el cual la lectura de sus diarios propone ideas útiles en lo referente a estos temas:

⁵¹Podemos decir también registros audiovisuales, pero todo documental decente acerca del tema se ve obligado a mostrar fotos de grafitis, para mostrar de qué se está hablando.

“Ahora, gran parte de mi obra es temporal y la fotografía se ha convertido en una parte importante de ella. Después de todo, es el fenómeno de la fotografía y del vídeo lo que ha hecho posible el fenómeno internacional Keith Haring. Si no, ¿cómo podrían recibir información sobre mí en otras partes del mundo? Hoy en día, casi toda la información existente acerca del arte se transmite a través de fotografías. A veces desvirtúa la realidad, pero en mi caso no, porque la fotografía es el medio y a la vez el fin. Por supuesto, el efecto de la escala se pierde en la descripción fotográfica, pero el resto de la información llega a transmitirse en gran medida.”⁵²

La fotografía no es, como se podría pensar, algo diferente al discurso del grafiti, si no que se constituye como un elemento esencial del mismo. Existen efectos producidos ante el espectador cuando está frente a una obra en una pared, principalmente por el tamaño, pero la pérdida de estos efectos es un sacrificio ante la difusión del grafitero.

Keith Haring es considerado como pionero y referente básico del arte urbano⁵³, aunque es difícil afirmar si fue el primero en realizar obras en lugares públicos fuera del campo legal. Sin embargo, es uno de los más antiguos, si no el primero, en contar con el respaldo fotográfico de sus obras “efímeras” en las calles o estaciones del Subway de New York. Es uno de los primeros en tratar de eternizar constantemente, por medio de la fotografía, sus creaciones efímeras extraoficiales. Por ejemplo, existe un colectivo norteamericano de arte urbano llamado Avant, que sitúa sus orígenes en los inicios de los ochentas, pero como no cuentan con respaldo fotográfico de sus obras, nadie se interesa en ellos. Puede que ellos sean los pioneros de lo que actualmente se denomina “Street Art” en Norteamérica, pero si no tienen fotos, la posteridad no los puede tomar en serio. Ver para creer, dijo Judas, quizá, debido a una desconfianza en la palabra

⁵²Haring, Keith. Diarios – 1987. Editorial Galaxia Gutenberg. Barcelona 2001.

⁵³Revisar: *Street Art – The graffiti Revolution* de Cedar Lwisohn y *Trespass: a history of uncommissioned urban art* por Carlo McCormick, Marc and Sara Schiller, Taschen, Italia, 2010.

hablada, pero si se habla de entes visuales, el ver aquello sobre lo que se está hablando termina siendo una exigencia básica.

Martha Cooper, fotógrafa, fue una de las primeras personas consciente de esta característica del grafiti y las producciones artísticas extraoficiales. Gracias a sus fotografías, se puede tener constancia del desarrollo del grafiti y de apreciar muchas de las obras realizadas en las décadas del setenta y ochenta en New York. Para ella queda muy claro que el testimonio fotográfico era la evidencia de que algo pasó en determinado momento:

“Cedar Lewisohn: The photos are now some of the main documents showing this movement ever happened. Was the ephemeral nature of what you were photographing an important motivation?

Martha Cooper: I was always aware that the photos would last longer than the pieces, and I shot in the Spirit of historic preservation.”⁵⁴

Es cierto que se pueden documentar grafitos de una manera textual, como es el caso de la documentación de los grafitis amatorios pompeyanos⁵⁵, pero en esta forma de documentación factores como la forma de la letra o dibujos insertos en las frases, rasgos pertenecientes más a una dimensión estética o sociológica, se pierden por completo. No es así con la fotografía, donde hasta la dimensión del grafiti puede ser sugerida dependiendo de cómo se tome la foto. Si bien es cierto, no hay instituciones que se dediquen a la preservación de obras físicas de grafiti, existen instituciones, o mejor dicho páginas web o blogs, que sí realizan esta labor de archivo, pero con fotografías⁵⁶ y

⁵⁴ Lewisohn, Cedar. *Street Art: The Graffiti Revolution*. Capítulo V “Getting the Picture: Martha Cooper”. Tate Modern: Londres, 2008. P.

⁵⁵ Sobre este punto es interesante revisar el estudio introductorio de Enrique Montero Cartelle, al libro *Grafitos amatorios pompeyanos/Priapeos/La velada de la fiesta de Venus*. Editorial Planeta-DeAgostini, Madrid España, 1997. Aquí también, podemos constatar, que el interés académico del grafiti no era masivo debido a que la arqueología se desarrollaba lentamente y la difusión de las producciones culturales como “grafitos” era escasa, además de transmitirse con una escasa velocidad. El grafiti, tiende a ser objeto de interés gracias a la documentación que de él se puede hacer y esta alcanza su clímax gracias a la fotografía, debido a las comodidades que esta disciplina presenta a la labor, no solo arqueológica, sino en lo que rapidez de transmisión se refiere.

⁵⁶ Páginas como woostercollective.com, rebelart.net, stencilrevolution.com, graffiti.org.

a un nivel eminentemente virtual, es decir, en Internet⁵⁷. Es gracias a los registros fotográficos que podemos reconocer obras, personajes o referentes de la disciplina del graffiti. En un inicio, los autores de tag graffiti en New York fotografiaban sus trabajos, revelaban dichas fotos y realizaban álbumes para mostrar sus trabajos a sus compañeros; en otras formas se confiaba en la pared como testimonio, pero no se sabe mucho sobre lo que decían. El internet ha revolucionado completamente este método de difusión. Para empezar, ya casi nadie toma fotos con rollo y peor aún, casi nadie revela fotos; estas pasan directamente de la cámara a un blog, un flickr o una página web. El alcance (refiriéndonos a número de personas) que se puede lograr con este método es insondable e incluso práctico y barato. Las fotos y los revelados pueden perderse o maltratarse, pero una cuenta virtual es hasta cierto punto más segura si desea utilizarse como documentación de una serie de imágenes. Con el Internet basta que alguien escriba en la barra de google la palabra graffiti, graffiti o graffiti y los resultados superarán las posibilidades del espectador, es decir, nunca podrá contar con el tiempo para revisar todos los resultados obtenidos por el buscador. Con tal sobreabundancia de grafitis, algunos podrían pensar que el mundo estaría a punto de cubrirse de grafitis, pero, como mencionamos con antelación, el graffiti vive en las fotos, no en las calles, nace en ellas, pero se transforma en bits para lograr su conservación.

Basta con introducir el nombre de algún escritor de graffiti en la barra de Google y podremos conocer las obras que algún autor haya realizado alrededor de todo el mundo. Aquellas que realizó en pueblos, en ciudades, en lugares abandonados, aquellas que hizo en Israel, aquellas que hizo en Europa, en Puerto Rico, lo cual, más allá de decir algo del poder adquisitivo del grafitero, nos dice mucho sobre el acercamiento que se

⁵⁷Al respecto <http://www.at149st.com/> una página que se dedica adocumentar el graffiti neoyorquino.

puede lograr hacia el grafiti, gracias al Internet. Las fotografías de grafiti tienen un elemento recurrente: son hechas en la calle, en algunos casos, en lugares abandonados. Son un intento de perpetuar el nacimiento de un determinado grafiti en su lugar de aparición y a la vez, son el deseo de registrar la acción de haber realizado una creación gráfica o textual en un lugar que no cuente con la intención oficial o tradicional de exponer creatividad gráfica. Es decir, lo que define al grafiti y su registro no es necesariamente una intención estética, sino el seguimiento de determinados pasos para exponer una creación visual. Fotografiar una frase en contra de un régimen político, un tag en un cuaderno, o un dibujo en un papel, no es considerado grafiti. Lo es en tanto esté exhibido en un lugar público. En primera instancia, se podrá pensar que el grafiti es una protesta a las leyes, o al menos, un señalar constante de su ineptitud, en tanto las rompe. Si un policía ve a alguien pintando algo en una casa, digamos a altas horas de la madrugada, lo arrestará suponiendo que lo está haciendo de manera ilegal. Hasta cierto punto hay grafitis que sí denuncian algo, la ineptitud de los organismos punitivos de hacer respetar las leyes. Millones de dólares destinados a mantener el orden y cada mañana aparecen imágenes en la calle connotando la violación de la propiedad privada.

El panóptico se cae, alguien, quizá un niño de 16 años, demuestra la ineptitud del mismo, tal como lo demuestran los asesinos, los ladrones, etc. Quizá por esta razón se introduce al grafiti junto con el homicidio y el robo en un solo saco, el de la delincuencia, a pesar de que el grafiti objetivamente sólo atenta contra los gustos ajenos. Por otro lado, los tiempos cambian y los gustos también y ahora existen personas e instituciones que demuestran aceptación por el grafiti y desean que grafiteen sus muros.

Al ser así, el delito, parte inseparable del grafiti norteamericano del siglo XX, deja de ser un rasgo esencial del grafiti.

Existe otra visión, también válida, la de aquellos que consideran que el grafiti es grafiti, sólo cuando es realizado de manera ilegal.

“To some people breaking into property and painting it might seem a little inconsiderate, but in reality the 30 square centimeters of your brain are trespassed upon every day by teams of marketing experts. Graffiti is a perfectly proportionate response to being sold unattainable goals by a society obsessed with status and infamy. Graffiti is the sight of an unregulated market getting the kind of art it deserves. And although some people might say it's all a big waste of time, no one cares about their opinion if their name isn't written in huge letters on the bridge into town. Banksy -2010”⁵⁸

Muchos grafiteros no desean perder su toque de vandalismo, emancipación de las leyes, su no regulación. Sobre todo los denominados “street artists”, suelen ser considerados como una corriente subversiva por medio del uso de piezas gráficas, realizadas de manera ilegal, generalmente conteniendo mensajes de denuncia social. Banksy es uno de los representantes de este movimiento y su arte está caracterizado por centrarse en una temática subversiva de crítica a las empresas de comida rápida, a los gobiernos en guerra, a la policía, a la burguesía, a la indiferencia. En su página web uno puede descargar imágenes de su trabajo en la mejor calidad posible; en la sección *shop* uno puede descargar postales diseñadas por Banksy, no sin antes ser advertidos en dicha página que este artista, no gana ninguna clase de beneficio de carácter económico por ofrecer su arte. Así como Banksy, existe toda una corriente del grafiti que defiende el carácter vandálico (es decir, fuera de las leyes y por lo tanto alejados de todo comercio) del mismo. Todo aquello que está fuera de las leyes atenta contra ellas y así todo grafiti realizado ilegalmente, aunque no contenga mensajes sociales, es vandálico porque atenta contra la propiedad privada. El respeto a la propiedad ajena es la base de todo intercambio, es una ley indispensable para todo comercio, sin ella el del dinero no tiene

⁵⁸McCormick Carlo, Marc y Sara Schiller, *Trespass: a history of uncommissioned urban art*, Taschen, Italia, 2010

poder, ni cobra mucho sentido tenerlo. En efecto, ¿Cuál es la importancia de tener dinero/posesiones si le puedo robar a otro lo que yo quiero? ¿Cuál es la importancia de tener dinero/posesiones si otro me lo puede robar?

En su película *Exit through the gift shop*,⁵⁹ Banksy establece tajantemente que para él, el street art “*Its not about money*”. Sobretudo la aclaración es necesaria ante el fenómeno de Banksy, es decir, obras de su autoría vendiéndose a varios cientos de miles de dólares cada una, incluso a estrellas de Hollywood como Brad Pitt. Esta aceptación del público consumista hacia Banksy ha generado cierta aversión de varios *street artists*, ya que es una asimilación simbólica de este grafitero dentro del sistema. La película mencionada se desarrolla a manera de documental, aunque es ficción, y presenta la historia de un individuo llamado Thierry Guetta que siente un deseo desaforado por documentar el desarrollo del street art. Logra conocer a grandes figuras del movimiento tales como Invader, Shepard Fairey y el mismo Banksy. Thierry se involucra tanto con el movimiento que termina haciéndose un *street artist* él también. Finalmente, por recomendación del propio Banksy, Guetta organiza una exposición de la que los propios *street artists* sienten un rechazo al percibir un interés económico de trasfondo. El comentario de Banksy sobre esta exposición de Thierry es que antes él pensaba que el arte era algo que todos deberían hacer y que siempre trataba de incentivar a las personas a hacerlo, pero que ya no lo hará nunca más. Una vez más, la idea es posicionar el discurso del grafiti o el street art como algo ajeno al dinero.

Keith Haring trató de llegar a la mayor cantidad de personas que pudo, dándole gran importancia a su presencia mediática y a la difusión de sus obras por medio de la documentación fotográfica, es debido a estas características presentes en todos los grafiteros y artistas urbanos que podemos decir que es el modelo del artista urbano, no

⁵⁹ Banksy, *Exit through the gift shop*, 2010.

como alguien a quien todos veneran, si no como una de las figuras más antiguas que adoptó esta estrategia de popularización gráfica con conciencia social, descentralizando el discurso de la pintura y del museo como los territorios exclusivos de la creatividad gráfica. Por otro lado, Haring en sus diarios⁶⁰ afirma que el comercio de sus obras siempre le quitaba tiempo para dedicarse a sus creaciones tampoco dejaba de destacar lo engorroso y lamentable que era ser un producto que todos quieren comprar. Banksy es anónimo y como el afirma en su página web, no tiene mail, no tiene celular, ni facebook, ni twitter, es decir, quiere alejarse lo más completamente de la red mediática consumista que durante las últimas décadas ha envuelto la disciplina artística.

Como vemos, se pueden seguir los rastros de un discurso que propone que el grafiti debe realizarse al margen de las leyes. Sin embargo, esta visión acarrea una disyuntiva que no es tomada en consideración por los sitios web encargados de exponer y almacenar grafitis, ya que el elemento recurrente de las fotos de grafitis es que estén en la calle y no el estar acompañados por una aclaración de si fueron realizados con permiso o no. Ninguno de estos blogs piensa en eso y muchas veces podemos apreciar obras que, debido a su magnitud, debieron haber sido realizadas con un permiso, muchas veces legal. Así, las obras de artistas vandálicos y artistas con consentimiento, se publican de manera indiferente en los blogs o páginas dedicadas al grafiti o el street art. La visión del grafiti como un acto vandálico tiene su peso, pero reposa en un campo ideológico o dicho de una mejor manera, en la intención del artista y no en lo que su obra es o fue. El problema es que las intenciones sociales o económicas del *street artist* no siempre están tan de manifiesto como en el caso de Banksy o el de Keith Haring. Algunos de estos artistas quedan en un anonimato total y su intención ideológica *exográfica* (es decir, que no está manifiesta dentro de la obra

⁶⁰Haring, Keith. Diarios – 1988. Editorial Galaxia Gutenberg. Barcelona 2001.

visual realizada) nunca es expresada. Así, desde el aspecto fotográfico, los fenómenos denominados como grafiti, no son aquellos realizados con o sin permiso, sino simplemente aquellos realizados en la calle.

Stencil Grafiti

Quizá es una de las técnicas pictóricas más antiguas. En “La cueva de las manos” datada del 10.000 a.C. ya podemos apreciar un uso de esta técnica. ¿En qué consiste? Pues básicamente en regular el paso de tinta sobre la superficie en que es aplicada, limitando la impresión sólo a determinadas áreas.

Este proceso no es exclusivo del arte urbano. El stencil se usa en señalética urbana, en decoraciones, en propagandas, etc. El stencil grafiti, a diferencia del tag grafiti, no nace de manera independiente al discurso de la pintura:

“Es justamente en Francia donde el stencil reúne en un mismo medio una expresión artística-estética y política-ideológica al mismo tiempo. Esta nueva forma de transgresión reacciona al sistema y cambia radicalmente la forma de hacer arte. En comparación al grafiti de trenes newyorkinos de los 70, el stencil grafiti nace vinculado estéticamente a la pintura tradicional francesa, aportando su propia identidad y lenguaje. El mensaje es dominado por juegos de palabras y doble sentido, abriendo un diálogo con el paseante.”⁶¹

Estos stencils franceses, eran un aporte estético al discurso de la pintura. No nacieron de manera independiente, alejados de la cultura intelectual occidental. Así, se podían encontrar citas de Baudelaire en ellos y alusiones directas al estructuralismo (disciplina académica en boga en los tiempos del mayo francés), pero no buscaban dirigirse exclusivamente a este grupo reducido, el de los intelectuales europeos. Su intención era difundir ideas de manera democrática, es decir, para todos, así el lugar de exposición de ellas, fue la calle, acarreado con ello la democratización de referentes, o al menos el intento de hacerlo. Por otro lado, a mediados del mismo siglo, nació un movimiento artístico dedicado al uso de referentes populares: el pop art. Ambas tendencias fueron

⁶¹ Indij Guido, Hasta la victora, stencil!. La Marca Editora, Buenos Aires Argentina, 2004.

consecuencias directas de la vanguardia, su crítica de la institución artística, su deseo de unir la praxis con la vida y su repudio a las élites.

En este marco se inserta lo que podríamos denominar el discurso del stencil grafiti. Una de sus características es la de ser pop, pero de una forma vandálica. Lo más común en él, es la incorporación de referentes conocidos por la mayoría de las personas: la cara de Michael Jackson, el payaso de McDonald's, la cara de Jimi Hendrix, etc. Siempre manejándose con collages, en ocasiones usando frases cortas, pero rara vez palabras rebuscadas. En otros casos, la intención puede ser popularizar un referente desconocido, incluso inventado, por ejemplo la cara de un conejo que se visualiza en toda la ciudad, empieza a ser un referente de la misma ya que todos lo conocen⁶². Aquí podemos apreciar una de las características fundamentales que diferencia al tag grafiti del stencil grafiti: mientras el primero, esencialmente tipográfico, se dirige a un grupo reducido de personas, los que realizan grafitis; el segundo, iconográfico, se dirige a todo el mundo. No es un vandalismo solipsista, como el tag grafiti, sino un vandalismo que trata de difundir un mensaje de manera democrática, ya que el receptor del mismo es el ciudadano común. El stencil es una especie de terrorismo poético⁶³, un gesto que atenta contra las leyes, pero que no trata de ser egoísta, que piensa en un otro universal y no un otro como elemento de una élite.

“En la Argentina hicimos interesantes experimentos, desgraciadamente, muy reducidos, de gráfica funcional para países sometidos a la dictadura política. Se trataba de servir útilmente al pueblo argentino en su lucha contra esa dictadura (...) El esfuerzo humano era así enorme, los grupos en cuestión recorrían la inmensa ciudad de Buenos Aires, en acción gráfica de protesta. Pero ¿Cuál era el resultado al día siguiente? El resultado era de una miseria que no correspondía al gran esfuerzo. Los rótulos eran ilegibles. Tenían además, una estética repulsiva, lo que en política es sociológicamente contraproducente (...) Había que encontrar una solución táctica de agitación y propaganda, al problema. Y fue entonces cuando aparecimos

⁶² Sobre este punto podemos citar el caso de Shephard Fairey con su eterna campaña de Obey, el pseudónimo de un luchador de primera mitad del siglo XX, que consiste en stencils del rostro de dicho luchador en todos lados. Ahora muchas personas relacionadas al diseño gráfico, al arte, al grafiti, o el vandalismo, saben acerca de este referente, ahora es un ícono pop, ha obtenido mayor valor del que poseía, es una especie de proceso inverso al de Marilyn Monroe y Warhol.

⁶³ Bey, Hakim. CAOS: los pasquines del anarquismo ontológico, Talasa, Madrid, 1996.

nosotros. La solución surgió fácilmente. Se reducirían los grupos hasta constituir parejas, dificultando así la acción policial. Cada uno de los millares de parejas tendría un estencil, o molde entresacado en hojalata con la palabra de orden que sintetizaba la agitación correspondiente. Cada pareja tendría uno de esos populares y baratos aerógrafos que se usan para popularizar el flit...y los primeros resultados fueron sensacionales. La ciudad de Buenos Aires se vio fácilmente de millones de letreros condenatorios de la dictadura, claros y precisos, es decir, legibles.”⁶⁴

Las facilidades que presenta el stencil, ayudan sobretodo, a la facilidad de la repetición.

Una misma pieza, puede ser fácilmente repetida en un mínimo de tiempo. Quizá por esta razón, el stencil rara vez ha sido legal, al contrario del grafiti. Al enriquecerse el tag grafiti, las obras necesitaban de varias horas para llevarse a cabo, primero se realiza un bosquejo, después se empieza a rellenar y finalmente se contornean las formas y se agregan detalles. En cambio, hasta los stencils de gran tamaño, sólo necesitan de colocar el molde y aplicar la pintura, la forma del molde, siempre se trabajará con antelación. Si alguien quiere realizar una pieza de tag grafiti grande, necesitará de un tiempo prolongado sin vigilancia policíaca, si es que no desea ser arrestado, por este motivo, existe la posibilidad de que los grafiteros busquen el permiso del dueño de la pared a grafitear. En cambio el stencil grafiti siempre se podrá hacer en menor tiempo, por esta razón, no necesitará del permiso para realizarlo, si se puede hacer tan rápido como una pausa pequeña en medio de una caminata.

El stencil, puede hacerse recortando la forma deseada en una radiografía vieja, en cartón, o en láminas de acetato y rociándole pintura con un aerosol. La levedad de los materiales y la rapidez del método (simplemente colocar el molde y aplicar la pintura) permiten que esta técnica sea realizada en lugares públicos con una mayor discreción que el tag grafiti actual. Así, si alguien lo desea, puede aplicar stencils en señales de tránsito, baños públicos, lugares turísticos, zonas residenciales, carros, buses, calles y seguir de incógnito.

⁶⁴ Alfaro Siqueiros, David. *Memorias*, México, Grijalbo, 1977.

El stencil grafiti, se caracteriza por el uso de collages para crear sus imágenes. Es decir, se forma de la conjunción de elementos prestados de diferentes contextos. Ejemplos: Un rostro de Michael Jackson, en el cuerpo de Jesús junto a la frase “Dejad que los niños vengan a mí”; Ronald McDonald caminando alegremente junto a una niña víctima de Vietnam; un cuerpo de persona con terno y cabeza de buitre con la palabra presidente abajo. El stencil grafiti, no trata de crear nuevas formas, crea nuevas imágenes juntando formas creadas. La operación retórica más difundida en este discurso es la de sustitución, siempre dar una especie de golpe visual, un quiebre.

Desde el stencil grafiti, podemos interpretar el grafiti como una interpretación vandálica. Si bien dijimos al inicio de este apartado, el stencil es una técnica que no nace de un uso vandálico, era una técnica mayormente de uso industrial o propagandístico. Esta técnica es adoptada, debido a las comodidades que representa, para la producción de una gráfica subversiva, en tanto no se gesta bajo aceptación institucional alguna. El término grafiti le es agregado cuando se realiza como acto estético ilegal.

El grafiti en este sentido, no es una estética tipográfica, como es el caso del tag grafiti, que puede utilizarse en campos no vandálicos como la publicidad⁶⁵, sino el acto en sí. No es una técnica pictórica, ya que esta puede ser empleada en cualquier campo, sino una actitud manifiesta en el contexto en el que las piezas gráficas son insertas sutil o agresivamente.

⁶⁵ Al respecto las publicidades de Tango de La Universal, cargan muchas veces una estética “grafiti”, letras gordas, acrobáticas, sugiriendo una base tipográfica.

Grafiti y el espacio

El grafiti y la calle

Las ciudades contemporáneas están surcadas por calles y avenidas por las que transitan diariamente cientos de personas. Las calles son por tanto, un lugar obligatorio en la vida diaria de cualquier sociedad. Con estas características estos espacios se convierten en lugares con particularidades muy especiales ya que podría decirse que son de dominio público por cuanto no existe ningún tipo de restricción (salvo ciertas excepciones) para transitar por algún u otro lugar de la calle; pero del mismo modo el orden público sigue haciendo uso de su fuerza y control al regular de forma casi implícita y tácita las actitudes de los transeúntes. Un ciudadano común no puede colocar un cartel con algún tipo de publicidad en medio de una avenida principal sin antes haber realizado las gestiones correspondientes con los organismos respectivos, por ejemplo el Municipio de la ciudad. Así también, no puede colocar carteles en las paredes sin el debido permiso. La autoridad y en la mayoría de las veces dinero, son un factor importante en cuanto a la promulgación de mensajes en la calle. Es precisamente en este escenario en el que aparece el grafiti.

Las ciudades se organizan en torno a planes de urbanización en los cuales el grafiti actúa como parásito. En un recorrido por una ciudad podemos percatarnos de ciertos elementos que se escapan de los criterios de desarrollo de las instituciones; entre estos elementos se encuentra el grafiti. La presencia de este en las calles y paredes pública de la ciudad es altamente significativa pues da testimonio de las relaciones entre un grupo de ciudadanos y la ciudad como espacio y como símbolo. De este modo, la calle con la presencia de sus grafitis pasa a constituirse como una vitrina hacia la compleja red de relaciones sociales y de poder que se suscitan en un espacio donde convergen las vidas

de muchas personas con sus respectivos roles como agentes sociales. La sola presencia del grafiti ya redefine el área en la que se encuentra.

De acuerdo a Jesús de Diego, en su trabajo *La estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*⁶⁶ el grafiti puede ser descrito según la relación con el espacio físico en el que es elaborado.

Estos focos de concentración de grafiti reúnen ciertas características susceptibles de ser apreciadas en función de su capacidad exhibitoria de cara a ese mismo espacio público urbano, así como de la misma capacidad de esa zona para dar cobijo al mayor número de piezas de grafiti posible, a su capacidad física para ofrecer soportes adecuados. Estas características generales de las zonas de grafiti serían las siguientes:

1. - Alta visibilidad. Espacio público en el seno de la ciudad muy expuesto a la vista de cualquier ciudadano.
2. - Abundancia de tráfico rodado. Zonas igualmente expuestas, pero en este caso a espectadores móviles (vías rápidas, autopistas, pasos de ferrocarril, zonas próximas a estaciones de tren, etc.).
3. - Relativa abundancia de muros aislados, paredes de edificios libres de uso común, de escasa vigilancia y que permitan la continuidad de creación de obras en el tiempo y la contigüidad de éstas en el espacio.
4. - Accesibilidad física.

Podemos así caracterizar la zona típica de grafiti a partir de ciertos rasgos mínimos. En ningún momento podríamos hablar de barrios o de zonas amplias de la ciudad. Los focos de grafiti están bastante bien delimitados y suelen poseer una extensión física reducida, en el mejor de los casos de ochenta a cien piezas.

A grandes rasgos estas serían las características básicas del grafiti en cuanto a su relación con las calles, los muros, las paredes; aunque claro siempre hay excepciones de grafitis intimistas y privados que se esconden en callejones y rincones alejados de cualquier tipo de exposición pública.

Como explica Jesús de Diego los grafitis que no comparten una o varias de las variantes explicadas anteriormente, están determinados por la funcionalidad de cada grafiti en las que intervienen diversos factores relacionados con la propia dinámica del grupo o del individuo en cada una de ellas. Es por esto que nos podemos encontrar con zonas de

⁶⁶De Diego, Jesús. "La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano." *Secc. Configuración de las zonas del grafiti*. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 1 de febrero de 2011 a las 19:58.

grafiti muy o relativamente escondidas a la mirada del transeúnte común. Para acceder a estas obras hay que estar inmerso en el mundo del grafiti, es decir conocerlas expresamente.

En el texto de Diego también nos indica:

Podemos observar que la morfología de las diferentes zonas de grafiti varía según cuál sea su funcionalidad exacta en el contexto de una auténtica red operativa de focos o zonas. Al cambiar las exigencias planteadas a la zona - teniendo en cuenta sus características físicas - cambian las formas de producción y la naturaleza formal y semiótica de las piezas allí realizadas⁶⁷.

Esto es muy importante pues muchas veces los caminantes urbanos no le brindan la atención necesaria al análisis de la ubicación de un grafiti en particular. Cada grafiti es colocado en determinado lugar obedeciendo a ciertas circunstancias particulares. Más allá de los obvios grafitis con matiz político colocados fuera de las instituciones a las que hacen mención (ej. Los grafitis fuera y frente a la Universidad Santiago de Guayaquil), el lugar conlleva una intención y con ella mayor claridad al momento de abordar un grafiti en particular.

La ubicación de un grafiti ya sea en una calle principal o en un pequeño callejón puede indicarnos mucho sobre la intención del escritor y así también del tipo de relaciones sociales que se dan en esa zona. Así también, la magnitud que pretende alcanzar esta obra y la cantidad de público a la que aspira llegar. El grafiti se desplaza constantemente por la ciudad eligiendo con cuidado donde expandirse.

Una de las intenciones de los grafitis en relación con su espacio es la identidad. El grafiti otorga identidad a una zona o sub-zona urbana, ya sea por las características estéticas con las que fue elaborado, o por el grupo o individuo que lo elaboró. Así

⁶⁷Jesús de Diego. "La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano." Secc. Configuración de las zonas del graffiti. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 1 de febrero de 2011 a las 19:58.

también muchos grafitis responden a necesidades o situaciones particulares de determinado lugar, dentro de una ciudad. Esto provoca que muchos grafitis se vean influenciados por el ambiente en el que sus escritores crecieron o se desarrollaron, incluso por el escenario en el que se encontraban al momento de plasmar el grafiti, por más efímera que haya sido su estadía en dicho lugar.

La presencia del grafiti en un espacio particular también se relaciona con los habitantes y transeúntes de dicho sector pues a fin de cuentas son ellos los que interactúan directamente con el grafiti. En un sector un grafiti puede ser motivo de orgullo y prestigio mientras que en otro lugar el mismo grafiti puede ser objeto de repudio y desaprobación, incluso de miedo. En este aspecto intervienen varios factores como el contenido semántico del grafiti y en sus características estéticas específicas.

El grafiti como expresión marginal

El grafiti ha sido asociado tradicionalmente a lo marginal, a una ciudad oscura y oculta que se deja escribir en las noches en el anonimato y en la soledad de una pared. Pero ¿en qué radica esa marginalidad? El primer exilio que presenta el grafiti, en relación a la mayoría de formas de expresión urbana, radica en la naturaleza de sus autores. Los grafiteros no son personajes reconocidos y aceptados socialmente, a los cuales se respeta por la calidad de sus opiniones. Alex Ron, en *Quito: una ciudad de grafitis* examina este punto.

Surgen de individuos que no son dueños de canales de televisión, ni siquiera de una radio chimba o un periódico amarillista. No promocionan pizzas, ni candidatos. Compran CD's pirateados, son adictos a la adrenalina y no aguantarían ni una semana en la casa del "Big Brother"⁶⁸.

⁶⁸Ron, Alex. Lapsus teóricos [en Quito: una ciudad de Grafitis]. El Conejo: Quito (2007) Pág. 15

A pesar de que con esta definición, Ron se refiere específicamente a los grafiteros de la ciudad de Quito, podemos usarla para una aproximación más general a los autores detrás de los grafitis que se aprecian por las calles de cualquier ciudad, en cualquier país.

Los grafiteros no poseen una autorización de parte de ningún tipo de institución que los autorice o los certifique como representantes de la voz popular, ya que hay que tomar en cuenta que un grafiti al ser colocado en un lugar donde todos lo pueden observar forma parte ya de la colectividad. Lo que ellos están haciendo es un acto de comunicación pública sin ningún tipo de aval o permiso que los autorice. Esta autoridad no está relacionada con el aspecto legal y sus consiguientes sanciones, sino más bien con el ámbito del poder y el prestigio. Las voces que son encargadas con el peso de transmitir mensajes o pensamientos a una gran cantidad de personas son por la misma razón, autorizadas con algún tipo de poder o reconocimiento social, ya sea por las instituciones o por los mismos destinatarios de esos mensajes.

Los grafiteros buscan el anonimato y con ello no están en pos de un reconocimiento o un respeto social. Tampoco necesitan el poder que los autorice para escribir un mensaje en una pared que será leído por cientos de personas, pues el poder se lo otorgan ellos mismos. Su misma condición de parias, le evita tener que recurrir a las organizaciones o a los destinatarios para que acepten que les será transmitido algo. Además, algunas corrientes del grafiti buscan causar en el espectador un shock desagradable, una reacción de rechazo lo que distancia más al creador del receptor, ya que, al ser rechazado el mensaje es rechazado el autor, por más anónimo que éste sea.

A partir del anonimato, hay una refuncionalización de los elementos involucrados en este proceso de comunicación pues hay una inversión de los valores hegemónicos: los preceptos no valoran el mensaje de una voz anónima pues en las sociedades

contemporáneas el valor del mensajes está muy ligado a la figura pública de su receptor, sobre todo cuando estos mensajes son de carácter social.

El medio en el que se expresan también contribuye a acentuar la marginalidad. *La ciudad letrada*⁶⁹ de Ángel Rama, le dedica un pequeño apartado al análisis social de los grafitis en cuanto a su relación con el poder. Para ello utiliza el caso de Hernán Cortés, cuando encontró la pared de su casa llena de mensajes y preguntas en contra de su administración. En un principio Cortés los contestaba, pero después dejó la tarea aludiendo a que la pared es el papel de los necios y que la escritura, como fin superior, no se había hecho para los muros. Las paredes debido a su carácter público no son valoradas como espacio para exponer un mensaje, ya que al tener cualquiera el acceso a ella, no hay el filtro que permita pasar sólo a las voces autorizadas por el sistema de control. Entre más exclusivo sea el medio, más respetado y aceptado es por la sociedad. Si bien el anonimato es y ha sido una característica típica del grafiti, existen ciertos autores que desean identificarse y que se les otorgue ese poder que solo el conglomerado público pueden ofrecerles. Hay una tendencia marcada, a identificarse en cada uno de los grafitis que determinado autor realiza. Esto se lleva a cabo a través de la firma en la que puede ir el nombre de pila del autor, su correo electrónico o un apodo que es de conocimiento público. Hay un deseo de que el autor y la obra sean unidos y respetados en cuanto a emisores de mensajes.

Por otro lado la institucionalización de los grafitis ha permitido que la pared ya sea un medio valorado. Los municipios de distintas ciudades han otorgado con motivo de diversos eventos, paredes específicas para que los grafiteros ejerzan su labor. Con este acto, se está validando no solo a la pared, sino al acto del grafiti como tal.

⁶⁹Rama, Ángel. *La ciudad Letrada*. Arca: Montevideo (1998). Pág. 50

Las ciudades ven nacer sus primeros grafitis en las áreas marginales y suburbanas en donde se dan las situaciones propicias para que esto suceda. El proceso urbanizador no puede abarcar todo el territorio geográfico de una ciudad y es entonces en esos resquicios incontrolados donde aparece el grafiti. La falta de control policial debido precisamente a lo anterior, brinda el escenario perfecto también para que florezcan las expresiones sobre las paredes. El artículo *Graffiti en México: arte marginal y trasgresor de la* Universidad Nacional Autónoma de México⁷⁰ nos muestra el génesis de los grafitis en la ciudad de México, asociados precisamente a este fenómeno.

En la ciudad de México el graffiti llegó a insertarse en los barrios marginales y periféricos de la capital, hacia donde el proceso de urbanización y de crisis económica de mediados de los años setenta y principios de los ochenta del siglo XX empujó a una enorme cantidad de población a emigrar, procedente de diversos estados del interior de la República, dando forma a las hoy conocidas como zonas conurbadas. El cambio cultural por el que pasaron los migrantes, aunado a las condiciones de marginalidad social, fue marcando los tiempos y espacios en donde los "chavos banda" ocuparon un lugar importante en las formas de expresión graffitera⁷¹.

Esta explicación puede aplicarse a la mayoría de las ciudades del mundo en las cuales, los grupos juveniles hacen uso extensivo del grafiti en un medio donde la represión policial y el control no tienen la suficiente fuerza para impedir este ejercicio o para eliminarlo una vez realizado.

Más allá del fin reivindicativo mencionado anteriormente, las pandillas también pueden usar los grafitis como un método para marcar territorio, dar anuncios intimidantes a otras agrupaciones o para dejar por sentado una identificación grupal. El artículo de la universidad de la UNAM, también hace referencia a este suceso indicando que la territorialidad estaba tan marcada en las pandillas que había un acuerdo tácito en

⁷⁰Zapain, Marcela; Quintero, Pedro; Casas, Benigno. "Graffiti en México: arte marginal y trasgresor". <http://discursovisual.cenart.gob.mx/dvwebne08/entorno/entmarcela.htm>. **Revista Digital Cendap. Publicado en 01 del 07. (Revisado el 19 de agosto de 2010 a las 23:16)**

⁷¹Ibid, 42

no pintar en el barrio de otros pues eso significaba una violación al respeto por el espacio de cada uno y por lo tanto era visto como un acto directo de provocación. Una invasión propiamente dicha.

En la ciudad de Guayaquil, la marginalidad de los grafitis en cuanto a su relación con el progreso y la urbanización se puede plasmar claramente en las zonas regeneradas de la ciudad y por contraste, en las áreas suburbanas de la urbe. Los grafitis en general, no son permitidos en las calles de la ciudad, salvo las ocasiones en las que el municipio o el gobierno brindan a los grafiteros espacios específicos para que estos expongan su trabajo. Sin embargo, hay grafitis que son eliminados con suma rapidez una vez que son plasmados, mientras que otros son ignorados y pueden permanecer ahí por años, décadas y de hecho en muchos casos, las autoridades no contemplan eliminarlos. La diferencia básica está en los lugares en los que son expuestos estos grafitis. Las autoridades no consideran igual de grave, que un grafiti sea pintando en un barrio pobre y marginal de Guayaquil, a que sea hecho en una avenida principal; pues en las grandes avenidas y sitios turísticos es donde se refleja, entre otros lugares, el rostro que de Guayaquil quieren dar las instituciones de la urbe. Por otro lado, de la marginalidad no se obtiene ningún beneficio así que no hay un real interés por controlar este tipo de expresiones arbitrarias en aquellas zonas. A esto es necesario sumarle, que en esos espacios abandonados por la urbanización las personas se rigen bajo otros códigos éticos y morales, en los que muchas veces no entran los valores tradicionales y urbanizantes de los gobiernos. Esta situación se da precisamente porque han sido dejados fuera del progreso. Los habitantes de estos espacios se dejan llevar más por normas de supervivencia que de “etiqueta” o presentación. En circunstancias en las que no hay recursos económicos y en las que no se recibe atención, o al menos no la necesaria, de parte de las autoridades; cada persona debe subsistir de la mejor forma

posibles y con lo que tienen a su alcance. Es en este escenario particular donde se crean sub códigos urbanos.

Un grafiti de los tanto transcritos en el libro de Alex Ron, *Quito: una ciudad de grafitis* muestra con claridad lo anterior: “Llegará un día en que la luz se rompa y los pobres sonrían.”⁷²

Todas estas situaciones han permitido que el grafiti, tanto en su vertiente más contestataria así como aquella más estética se desenvuelvan mejor en espacios alejados del progreso.

A pesar de todo lo anterior, no todos los grafitis surgen en la marginalidad, ni todos los grafitis buscan ser creados en la marginalidad. Existe una vertiente particular que busca ser colocada en lugares concurridos, cerca de grandes monumentos o plazas públicas y no porque necesiten comunicar un mensaje importante a una gran cantidad de gente sino porque los autores detrás de estas obras desean que sus trabajos sean apreciados por los demás, y es importante recalcar la palabra apreciados. Estos tipos de grafitis, poseen además el apoyo institucional ya que su contenido es diferente y reflejan la marginalidad de la que provienen los otros, al menos no en un grado tan directo. Es más, la forma en la que la proyectan cuando lo hacen, puede llegar a ser usada como identidad nacional por parte de aquellas instituciones que apoyan esta corriente, como parte de un proceso urbanizador. El grafiti si bien nació en la marginalidad y aun se da en la marginalidad, también puede formar parte del proceso urbanizante de una ciudad.

Otro aspecto importante de la marginalidad del grafiti es aquel que alude propiamente a la violación de la ley. Para los seguidores del pintado ilegal, que constituyen la gran mayoría de grafiteros, sus centros de acción son la rapidez en el trabajo y la acción

⁷²Ron, Alex. *Grafitis críticos al sistema social [en Quito: una ciudad de Grafitis]*. El Conejo: Quito (2007) Pág. 42

rápida y bien ejecutada, como si se tratara de la práctica de un deporte extremo; por eso sus valores son: "más alto, más fuerte, más difícil". Más difícil de borrar también.

Los grafos son realizados furtivamente, en el momento más silencioso e interminable de la noche. El grafitero conoce el riesgo y al mismo tiempo depende del riesgo, el arte está en la furtividad y constancia de estas criaturas de aerosol.⁷³

⁷³Ron, Alex. Grafitis críticos al sistema social [en Quito: una ciudad de Grafitis]. El Conejo: Quito (2007)
Pág. 42

Grafiti y la institución

La relación entre el grafiti y las instituciones sociales han sido siempre problemática. El propio origen marginal y fuera del discurso dominante característico del grafiti ha ocasionado que los organismos de control de la sociedad movilicen recursos y medios para detenerlo o controlarlo, incluso para asimilarlo.

Jesús de Diego nuevamente, ofrece una dilucidación sobre la naturaleza transgresora del grafiti:

El grafiti, sea de la modalidad que sea, ocupa un espacio que en principio no estaba destinado para ese uso. (...) Pero la ilegalidad no es una elección a priori por parte de los escritores de grafiti ¿explicaría eso que busquen continuamente soportes legales donde realizar sus obras? Todos los certámenes realizados de forma pública son legales e incluso subvencionados por alguna institución, de lo que se deduce que es la condición discursiva no adaptada del grafiti lo que la estética urbana establecida no ha aceptado.⁷⁴

Y más adelante señala que:

Ocupando espacios inapropiados sorprende y comunica con su riqueza formal y semiótica, estableciendo en sus mismas estructuras visuales (en sus rasgos formales y en la naturaleza de su soporte) una relación dialógica epatante y diferida (en cuanto carece de posibilidad de respuesta simultánea) con el espectador.⁷⁵

En otro enfoque tenemos a Cedar Lewisohn, que en su libro *Street Art* alude a otra de las características intrínsecas del grafiti que lo hacen enfrentarse por naturaleza con la institución:

The best street art and graffiti are illegal. This is because the illegal works have political and ethical connotations that are lost in sanctioned works.⁷⁶

⁷⁴De Diego, Jesús. *La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*. Secc. El grafiti y su soporte móvil. Erradicación y represión. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 1 de febrero de 2011 a las 19:58.

⁷⁵De Diego, Jesús. *La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*. Secc. El grafiti y su soporte móvil. Erradicación y represión. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 1 de febrero de 2011 a las 19:58

⁷⁶Lewisohn Carl. *Street Art*. España (2008).P. 127

Ambas posiciones convergen en que lo que realmente enfrenta al grafiti con las instituciones es la naturaleza de su discurso, que generalmente es de carácter confrontador y revolucionario; sea de carácter social o estético.

Las medidas represivas contra el grafiti están más que documentadas y analizadas. Sin embargo en los últimos años se ha ido gestando una nueva relación menos conflictiva y más simbiótica entre el grafiti y cierto sector institucional en particular: la publicidad y la institución estética.

Grafiti y el museo

El museo se ha constituido en la institución regente sobre la estética. Lo que se exhibe en un museo ha pasado antes por un escrutinio y un filtrado de críticos de arte y autoridades, quienes deciden lo que se exhibe o no en un museo. Además, hay que tomar en cuenta el hecho de que un museo es fundado por instituciones gubernamentales con el objetivo de fomentar la cultura y el arte, los cuales de por sí son otras dos instituciones sociales. Lo que se exhibe o se deja de exhibir en un museo lleva implícito una intención, un discurso de poder y censura adjunto a la calidad artística que intenta llevar un mensaje hacia el espectador que piensa que en un museo solo hay arte. Pues en un museo también intervienen los sistemas de poder de la sociedad. Existen políticas con respecto al accionar de los museos y en nuestro caso, el Ministerio de Cultura interviene activamente en los museos. Además, al ser el museo una vitrina de exposición a la población, lo que allí se muestra, tiene poder comunicativo, y es precisamente eso lo que otorga poder a los distintos grupos sociales; el espacio para comunicar.

En base a lo anterior podemos deducir que la presencia de un grafiti en un museo es algo digno de tomar en cuenta, es algo que debe ser analizado con cautela. El grafiti

podría considerarse anti-museo por naturaleza por su estética informal, origen marginal y por los materiales que usa que lo acercan más a la artesanía que al arte. Además la presencia de una obra de carácter callejero y efímero en un museo, cambia por completo el enfoque con el cual se la debe observar pues, se convierte en una obra permanente y fuera de contexto, pues el grafiti está íntimamente ligado al espacio en el que es colocado. Hay una desterritorialización del grafiti. El museo es estático y apunta a la permanencia en el espacio y el tiempo para lograr un análisis más profundo de la obra. El grafiti se mueve con la ciudad y con los distintos sucesos que se dan dentro de ella por lo que es cambiante y efímero.

En base a lo anterior podemos decir que el grafiti pierde gran parte de su esencia revolucionaria y contestataria al ser exhibido en un museo. También hay que tomar en cuenta que los grafitis que se exhiben en los museos y galerías son generalmente aquellos que presentan más un corte estético que político.

Un grafiti en un museo podría compararse con un soldado en una fiesta de alta sociedad, de algún modo está fuera de lugar. La predisposición analítica con la que se entra a un museo altera la percepción con la que se observa al grafiti pues no es lo mismo verlo en una avenida principal, en la pared de una institución política o comercial; que verlo dentro de un museo, enmarcado y junto a otros grafitis de diversas temáticas y estilo.

El museo aísla las piezas que dentro de él se exhiben para que sobresalga el carácter estético de las mismas y se relegue el aspecto social e histórico. Una pintura puede mostrar las más grandes atrocidades cometidas contra la humanidad de la forma más realista y cruda; sin embargo esta realidad queda aplacada por el contexto artístico y estético en que la obra se encuentra. Se subleva el contexto histórico de esa obra para analizar sus características pictóricas, las innovaciones en el estilo y las coincidencias con otra autor. Del mismo modo un grafiti en un museo queda fuera de contexto y en

desventaja antes la calidad pictórica de las obras que se allí se muestra comúnmente. El ambiente inicial en el que fue concebido queda en segundo lugar y se lo juzga según su valor estético. De este modo el grafiti pasa a formar parte del sistema institucional que anula su contenido y usa su forma, o sus métodos.

Lo anterior puede ser palpado en el otro lado de la relación grafiti – institución, en la que está última apoya la expansión del grafiti bajo ciertas condiciones. La edición 2010 del festival musical *Festivalfff*, realizado en la ciudad de Ambato, contó con la participación de varios grafiteros que pintaron sus obras en las paredes de las vías aledañas al recinto donde se llevó a cabo la presentación musical. El espacio para esta actividad fue donado por el Municipio de la ciudad, que pintó los muros de blanco para facilitar el trabajo de los jóvenes. La presencia policial fue constante y la temática de los trabajos era muy heterogénea, con la particularidad de que ninguno de ellos aludía a algún tema social o político, ni siquiera a algún tema concreto cuyo referente pueda ser fácilmente identificado. Algunos eran dibujos abstractos mientras que otros aludían a personajes de ficción sin ningún matiz particular más que el propio estilo del autor. La distancia entre aquel grafiti revolucionario y esta forma particular es abismal.

Por otro lado, el grafiti y su inclusión en el ambiente del museo revelan el proceso natural de aparición, rechazo y su posterior aceptación de las formas estéticas. Esto no sucede solo con las corrientes contemporáneas sino también con las expresiones más clásicas de las artes plásticas como el rococó que en su momento fue calificado de mal gusto, ahora es parte del canon estético y es un estilo que ha influenciado a muchos artistas en la actualidad. Lo mismo sucedió con el kitsch que pasó de ser un conjunto estético desequilibrado y sin armonía, a ser una corriente que presenta su propio estilo y es ahora calificada como particular.

En este punto es donde aparece la divergencia entre los grafiteros los cuales toman posiciones opuestas en cuanto a la integración de sus obras en el sistema artístico. Hay quienes consideran que el grafiti pertenece a las calles y que ni siquiera debería ser considerado como arte. La coexistencia del grafiti con una obra de arte va en contra de los principios del arte urbano. Por otro lado, existe un grupo que enfoca sus trabajos en destacar las corrientes estéticas de los mismos, alejándose del tag-graffiti y acercándose más al dibujo.

El grafiti como marca y publicidad

El grafiti en sí es publicidad. ¿Qué es lo que promociona? Una idea, un pensamiento, una postura del mundo, un autor, una firma. Cada vez que un grafitero realiza uno de sus trabajos espera que este sea visto por la mayor cantidad de personas, y a pesar de que algunas de estas obras son anónimas, el autor busca que sean reconocidas. En un grafiti político se promociona una postura y una posición, en un grafiti tag se busca dar a conocer una identidad, cuasi anónima, pero una identidad que marca el territorio. El grafiti en primera instancia promociona ideologías, es una propaganda. A pesar de su naturaleza contestataria y de margen, el grafiti también puede ser usado como publicidad, en el sentido empresarial de la palabra.

La calle, que es el escenario en el cual se desenvuelve el grafiti, le otorga una posición privilegiada para la difusión de algún producto o mensajes, en cuanto a locación. Pero es importante, que para que la gente tome en cuenta esta publicidad, la misma contenga una estética y se aleje de la marginalidad del grafiti tag clásico.

La publicidad a través del grafiti garantiza además la ventaja de la permanencia, una interacción más cercana en cuanto a público, en cuanto a proxémica se refiere. Grafiti y publicidad van en ocasiones estrechamente ligados ya que ambos deben manifestarse la mayor cantidad de veces posibles para atraer la visión de los transeúntes, o de otro modo desaparecen. El grafiti, si es usado como publicidad, puede llegar a imitar logotipos de marcas o empresas reconocidas adaptándolos al nombre de su autor y a su estilo también. Esta situación demuestra la paulatina aceptación de un nuevo estilo de grafiti que se aleja de la marginalidad en cuanto a contenido y estilo. Los grafitis buscan atraer la vista para el placer y no para el shock como se hacía anteriormente y de eso se

aprovecha la publicidad. Así, podemos observar logotipos de ropa o dulces que usan una tipografía propia del tag grafiti.

Esta situación demuestra el acoplamiento del que el grafiti es parte en los sistemas sociales y la transformación que estos últimos han logrado realizar con el grafiti para despojarlo de sus elementos negativos y tomar de él, lo que es aprovechable y económicamente positivo.

Conclusión

El grafiti es un fenómeno que no nació amparado bajo una institución. Por este motivo, permaneció mucho tiempo sin definiciones académicas, lo que derivó en la aparición de una serie de discursos del grafiti, que no necesariamente poseen el mismo matiz. Muchos de estos discursos ya no tienen las connotaciones marginales con las que generalmente se relaciona este fenómeno.

El grafiti contemporáneo es muy diverso para verlo desde una sola óptica, o bajo un mismo enfoque. Cada uno de estos discursos debe ser analizado bajo su propio contexto y particularidades. Si por ejemplo, el grafiti tag y el grafiti de carácter más estético son analizados bajo los mismos criterios inevitablemente vamos a caer contradicciones y omisiones; esos mismos criterios que sirven para uno, definitivamente no son aplicables al otro. Los momentos históricos, sociales y culturales en los que cada uno nació los hacen incompatibles para analizarlos con un mismo molde a pesar de que ambos son considerados grafiti. Las repercusiones sociales, el público objetivo y las intenciones de cada uno de ellos pueden llegar a ser tan diametralmente opuestas que considerarlos como un solo fenómeno sería ingenuo. No existe un solo discurso del grafiti, sino varios discursos amparados bajo un mismo término, grafiti, que abarca una diversidad de corrientes similares, que paradójicamente, pueden ser muy diferentes entre sí.

El grafiti nace en la calle y a pesar de que ahora tenga coqueteos con diferentes instituciones, es inútil tratar de dogmatizarlo o considerarlo como un concepto estático, pues, su mismo origen, lo convierte en algo en cambio permanente. Los mecanismos de

control social nunca serán absolutos, siempre habrá un agente social que use el grafiti o una variante de él como una forma de expresión; es decir, que el grafiti no podrá ser eliminado de nuestras sociedades. Por este motivo, es necesario que tanto las instituciones como los académicos en general asuman una nueva postura al momento de estudiar al grafiti, es decir, tomar en cuenta las distintas perspectivas que su mismo discurso plantea, los cambios que sufrió desde su popularización y las mezclas que ha tenido con otras formas de expresión (publicidad, fotografía, etc.).

Bibliografía

- Alfaro Siqueiros, David. *Memorias*, México, Grijalbo, 1977.
- Blog Launch, post inaugural del blog *Revok1.com*.
<http://revok1.com/blog/2008/10/blog-launch/> (Revisado el 27 de febrero de 2011, hora: 21:54)
- Burger, P. *Teoría de la Vanguardia*. Capítulo III "La obra de arte vanguardista". Ediciones Península: 1974. P. 113
- Bey, Hakim. *CAOS: los paquines del anarquismo ontológico*, Talasa, Madrid, 1996.
- Chalfant, Henry/ Prigoff, John. *Spraycan Art*. Thames and Hudson: New York, 1987.
- De Diego, Jesús. *La Estética del Graffiti en la sociodinámica del espacio urbano*. Capítulo X "El Graffiti sobre los trenes", Secc. Formas de producción del graffiti sobre trenes. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>. Revisado el 27 de febrero de 2011 a las 18:00
- Foucault, Michel. *Vigilar y Castigar*. México, Siglo Veintiuno Editores, 2006.
- Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Tusquets Editores, España, 1999.
- Ganz, Nicholas. *Graffiti World*. E.E.U.U, Harry N Abrams Inc., 2004.
- Giller, Sarah. *Graffiti: Inscribing Transgression on the Urban Landscape*. Publicado en 1997. <http://www.graffiti.org/faq/giller.html>. Revisado el 27 de febrero de 2011 a las 18:00
- Haring, Keith. *Diarios – 1987*. Editorial Galaxia Gutenberg. Barcelona 2001.
- Indij Guido, *Hasta la victoria, stencil!*. La Marca Editora, Buenos Aires Argentina, 2004.
- Lewisohn, Cedar, *Street art: The graffiti revolution*, Abrams, New York, 2008. Pág. 26.
- McCormick Carlo, Marc y Sara Schiller, *Trespass: a history of uncommissioned urban art*, Taschen, Italia, 2010
- Rama, Angel, *La Ciudad Letrada*. Argentina, Ediciones del Norte. Pág. 50.
- Ron, Alex. Grafitis críticos al sistema social [en Quito: una ciudad de Grafitis]. El Conejo: Quito (2007) Pág. 42

United Graffiti Artists, página web de *Facebook.com*.

<http://www.facebook.com/group.php?gid=28648353197> (Revisado el 20 de agosto de 2010, hora: 04:12)

Zapain, Marcela; Quintero, Pedro; Casas, Benigno. “Graffiti en México : arte marginal y trasgresor”.

<http://discursovisual.cenart.gob.mx/dvwebne08/entorno/entmarcela.htm>. Revista Digital Cenidap. Publicado en 01 del 07. (Revisado el 19 de agosto de 2010 a las 23:16)

ANEXOS

1. Fotografia Lee: Earth is Hell, 77



2. Fotografia Lee: Year of Dragon, 79



3. Fotografía: modelo a escala del Train Brake de Futura2000, 2007



4. Entrevista entre Cedar Lewisohn y Goldie, en donde el graffitero habla del concepto de graffiti de los años dorados y de su intercepción con el Street art. De: Lewisohn, Cedar. *Street Art, The Graffiti Revolution*. Tate: Londres, 2008.

(...) Goldie: Graffiti in its purest essence is exploring the letter form. they adapted a simple language, the alphabet, and manipulated it backwards, forwards, inside out, twisted it and took it to another level.

Cedar Lewisohn: What attracted you to graffiti writing back in the 80's?

Goldie: I felt compelled when I first saw graffiti, it was large; it was beautiful, it said everything that I wanted to do, in a way that I never thought I could. It was about the movement and getting people noticed and the way the kids had nothing to do in N.Y. and were being completely victimized by the state. It was totally like punk. It became ruthless, people died, people got shot.

Cedar: As a graffiti purist, how do you feel about it's evolution in relation to Street art?

Goldie: Graffiti had a difficult time. Street art seems to be more acceptable now. But just because we changed the name, is it more acceptable? Goldie: Graffiti had a difficult time. Street art seems to be more acceptable now. But just because we changed the name, is it more acceptable?

5. Fotografía: Dan Witz, Birds 1979, Acrílico sobre puerta metálica.



7. Entrevistas

Entrevistado: Majadero(Prefiere el anonimato)

¿Qué es para ti el grafiti?

Para mí el grafiti es un medio de expresión. Así de sencillo. Como si yo viniera ahorita y te entrego un volante con algo que yo creo, y te lo doy así en la calle. Pero el grafiti es mejor porque no estás obligado a verlo. Si te entrego un volante, te comprometo a verlo. El grafiti está ahí para el que lo quiere ver y el que lo quiere entender.

¿Piensas que el grafiti debe estar en un museo?

No es que esté en contra de que esté en un museo, pero si está en un museo se pierde porque llega a menos gente. Aparte que la gente ni va a los museos. Además, nosotros no hacemos grafitis para que los pongan en los museos, yo por lo menos no. Y cachas, es como si esos volantes que yo te dije hace un rato, los pongo en un museo porque son bonitos. Además, cachas que eso sería discriminación porque van a poner unos sí, y otros no. Entonces, en que se basarían ¿en el más bonito?

¿Qué intentas comunicar con tu trabajo?

Lo que salga, viejo. O sea la gente a veces piensa que solo ponemos cosas políticas, pero a veces a mí no me interesa la política. Quizás solo pongo algo así político cuando me afecta, medio egoísta soy. Pero, más pongo cosas de la vida, por decir. A veces dibujos que solo yo entiendo. Pero es como mi forma de plantear cosas.

¿Cuáles son los riesgos a los que te enfrentas?

Ah pues, lo típico. Los pacos y eso. O sea, no cogen a esos que venden droga y me quieren llevar preso a mí. Pero, la verdad no hacen tanto problema.

Tú fuiste parte del grupo de grafiteros que pintó en el festival ¿Qué tal te pareció que les brindaran un espacio para pintar?

Me pareció frescazo cachas, pero eso sí; era medio limitado. No podías pintar cualquier cosa. Si había ciertas limitaciones, pero igual me pareció chévere que lo hicieran. Además dio el chance para que harta gente que no hace grafitis se metiera. Si el grafiti no es cosa de saber pintar increíble. O sea, si hay gente que hace unos grafitis muy bien hechos y mis respetos, pero tampoco es que solo el que sabe pintar puede hacer gratis. Por eso es lo que te decía del museo. Si meten los grafitis al museo, es como decirle a los grafiteros: tú eres mejor que este otro.

Entrevistado: Grafo (Patricio Torres)

¿Qué es para ti el grafiti?

Un modo de expresión artística por medio de la pintura.

¿Piensas que el grafiti debe estar en un museo?

No pues pana, ahí quién los va a leer. Aparte que ahí ponen puras cosas sin sentido, o sea puros dibujos. Ya, también hay dibujos que dicen la plena pero, esos no los ponen en los museos. Usted para encontrar el grafiti verdadero tiene que salir a la calle.

¿Qué intentas comunicar con tu trabajo?

Lo que todos saben, pero nadie quiere decir. Así de sencillo.

¿Cuáles son los riesgos a los que te enfrentas?

Los policías, la cárcel, la gente que me ve feo. Una vez no me dieron trabajo porque uno de los de esa empresa me había visto pintar un grafiti. Y ahí está, les hice un grafiti en la pared a esos discriminadores.

Entrevistado: Armawey Bulletproof (Alejandro Villacres)

Grafitero y cantante español

¿Qué es para ti el grafiti?

Un modo de expresión artística por medio de la pintura.

¿Piensas que el grafiti debe estar en un museo?

Sí porque aunque sea urbana es arte y toda clase de arte debería reflejarse en un museo.

¿Qué intentas comunicar con tu trabajo?

Trato de comunicar lo que pasa en la calle.

¿Cuáles son los riesgos a los que te enfrentas?

Acá en España, no es tanto como en Guayaquil. O sea, en teoría no está permitido pintar pero realmente no es tan problemática como en Guayaquil, estuve un tiempo allá y era muy complicado. Acá podemos hacerlo a la luz del día en ciertos lados. Allá, en Guayaquil siempre se está con miedo.

Eso sí, están las multas si te agarran o a veces hacerlo en lugares altos, es peligroso.

8. Análisis de Casos



Este street art ubicado al norte De Guayaquil, en la avenida Benjamín Rosales toca el tema de los conflictos armados y cómo estos atentan contra el equilibrio y el progreso del ser humano. Esto si analizamos los símbolos que se nos muestran: el soldado y el hombre de Da Vinci. Sin embargo, a la izquierda tenemos un detalle muy importante para el estudio de los grafitis:



La obra está acompañada por el auspicio de varias instituciones, algunas de ellas de renombre. Juan Marcet es una conocida tienda de utilería escolar y de oficina, Pebeo fabrica artesanías y la más importante de todas para nuestro estudio es la presencia del Ministerio de Cultura del Ecuador. Su presencia ratifica lo anteriormente expuesto, incluso si esto no es grafiti. Además es importante recalcar también que el autor de la obra deja muy clara identidad y como contactarse con él.

Junto al trabajo anteriormente expuesto tenemos a estos grafitis que han sido cubiertos con pintura. Ambos se encuentran en la misma avenida por lo que comparten un espacio similar. Los moradores del sector nos indicaron que los grafitis contenían mensajes contestatarios y ofensivos contra la política de un gobierno anterior. Se confirma que no es la estética del grafiti lo que es atacado, sino más bien su mensaje e intención.



Otro ejemplo de la nueva situación en la que se encuentra el grafiti lo podemos encontrar frente al Femenino Espíritu Santo.



En este grafiti podemos apreciar un claro ejemplo de publicidad. Se promociona una peluquería y además una disquera. Se indica incluso la dirección y la forma de contacto del local por lo que la posibilidad de una acción represiva por parte de la autoridad ha quedado descartada, ya sea porque esa misma autoridad no consideró este grafiti como una amenaza o porque se pagó por este espacio; lo cual representa también una nueva particularidad para el arte urbano.



Por otra parte acá tenemos otro ejemplo de un grafiti con un mensaje “positivo”, por decirlo de alguna manera. Es importante recalcar que estos dos grafitis no han sido removidos, ni siquiera parcialmente a pesar de estar frente a un colegio femenino.



En el grafiti anterior podemos apreciar otra particularidad del grafiti contemporáneo: la firma del autor. Y además, aparece retratado el rostro del grafitero. No hay un intento por buscar la clandestinidad, ni el anonimato. No existe ese enfrentamiento directo con la autoridad.