

Treball Final del Grau en Història de l'Art

Facultat de Lletres. Universitat de Girona

DEL GRAFFITI A L'STREET ART

Estudi dels espais d'intervenció:
l'àmbit públic i l'institucionalització

Autora: Mercè Casas Guixeras

Tutora: Dra. Lluïsa Faxedas Brujats

Juny de 2014

ÍNDEX

1. Introducció	3
2. Història del graffiti	6
2.1. Marc artístic referencial	14
3. Del graffiti a l'Street Art	18
3.1. Diferents formes d'Street Art	23
3.2. El paper de les noves tecnologies en el desenvolupament de l'Street Art	26
3.2.1. Els mitjans de comunicació	26
3.2.2. Internet	28
4. Espais d'intervenció de l'Street Art	30
4.1. Espai públic urbà	31
4.2. La institucionalització de l'Street Art	42
4.2.1. Street Art als museus	43
4.2.2. Projectes impulsats per les administracions públiques	53
4.2.2.1. Ús Barcelona	53
4.2.2.2. Milestone Project	55
4.3. El mercat i les galeries. El cas de Banksy	57
5. Conclusions	62
6. Bibliografia, webgrafia i filmografia	65

1. INTRODUCCIÓ

Els humans hem tingut des de fa temps la necessitat d'expressar-nos públicament amb la voluntat de compartir les nostres idees, protestes i crítiques o de deixar empremta de la nostra presència als llocs on hem estat. Aquesta necessitat encara ara es fa present a les portes dels lavabos, als arbres dels parcs on hi trobem missatges d'amor i també als llibres de visites que hi ha en cada monument o espai d'interès. Les xarxes socials, de forma molt més accentuada, també podrien servir d'exemple a aquesta tendència que tenim a comentar qualsevol cosa que ens passa pel cap de forma pública. Entre aquestes pràctiques s'aixeca també l'Street Art amb la voluntat de fer visible una veu silenciada i anònima i intentant canviar la nostra realitat quotidiana. Si camines per qualsevol ciutat del món i et fixes amb els detalls trobes peces arreu, constituint dins d'aquesta, al costat de la publicitat, una part de les imatges que ens envolten cada dia, sorpreses que ens trobem de tant en tant i que ens fan trencar amb la rutina i la rapidesa de la ciutat.

Vist primer com un acte vandàlic i criminal associat a barris marginals i degradats, el graffiti es va estendre per tot el món apropiant-se de moltes de les parets buides i dels metres de les grans ciutats com Nova York o París i ara ja, sota el terme Street Art, s'entén com una pràctica artística. Aquest canvi de mentalitat no obstant no ha estat fàcil i no és encara una noció del tot generalitzada. El que si és cert és que cada vegada es realitzen més activitats i propostes al voltant d'aquest àmbit, des d'exposicions a grans museus fins a festivals al carrer fet que ens demostra que hi ha alguna cosa que està canviant en la idea que es té sobre aquesta pràctica.

Amb les noves propostes que estan sorgint arran de la multiplicació de les tècniques i dels espais on es mostra l'Street Art, crec que és necessària una reformulació del terme i que cal pensar en alternatives tant pel que fa al carrer, on les restriccions pels artistes són molt punyents, com a les exposicions, ja que aquesta forma d'expressió no es pot pensar de la mateixa forma que altres. Penso també que a Espanya l'Street Art encara no té el pes que ha assolit en altres països com França o Brasil i que la noció general que hi ha al respecte està més associada al vandalisme que a l'art, tot i que comencen a sorgir propostes interessants que pretenen introduir aquesta pràctica artística a la nostra realitat i desactivar la mirada més negativa. Cal destacar que a Espanya hi ha hagut molt poques exposicions envers aquest tema i molts dels artistes destacats han de marxar a altres països a treballar.

Davant aquests canvis l'objectiu d'aquest treball és aprofundir teòricament en el graffiti i l'Street Art i veure com aquestes pràctiques han passat de ser quelcom marginal a formar part del sistema artístic, així com determinar quin és el seu paper en els múltiples àmbits en els que es desenvolupa actualment.

Pel poc coneixement que tenia sobre el tema ha estat necessari primer centrar-me en la història del graffiti des dels seus orígens, així com en la diferenciació d'aquest amb l'Street Art per a poder partir d'una base més sòlida i poder entendre millor què és el que significa aquesta tendència artística. Aquesta constitueix la primera part del treball, més històrica i expositiva, on tracto aquests aspectes per a crear un marc en el qual ubicar-me. La segona part se centra en els diferents espais d'intervenció de l'Street Art, primer en la funció i el paper que té en l'espai públic que és on va néixer, i després en els canvis que ha sofert des del moment en què ha estat institucionalitzat. Aquest punt és interessant per a poder comprovar com canvia el sentit d'una peça si és realitzada al carrer o si està destinada a una sala d'exposicions i cal tenir-ho en compte perquè s'estan originant molts debats al respecte.

Per introduir-me en aquest tema ha estat necessària la lectura de material bibliogràfic especialitzat en graffiti i en Street Art, alguns llibres dels quals encara no han estat traduïts a l'espanyol o al català. Tanmateix el material imprès, tot i que et permet fer-te una idea general sobre el tema és sovint superficial i poc detallat. Aquest aspecte ha fet que molta de la documentació en la qual m'he basat sigui extreta de pàgines web, algunes d'elles especialitzades en art urbà on pots trobar des d'articles sobre el tema fins entrevistes, o de material digitalitzat. Les notícies de la premsa m'han servit per a conèixer esdeveniments passats i actuals que s'han realitzat arreu, com per exemple les exposicions o festivals, així com per obtenir informació sobre algunes peces o intervencions que han estat controvertides. Alguns films documentals m'han ajudat també a entendre millor quina és la visió que tenen els artistes i com era als anys 70 la seva realitat. Finalment ha estat necessària la visita a espais on s'exposa art urbà, com la Galeria Tres Punts de Barcelona, així com l'assistència a algun dels festivals centrats en aquest àmbit on he pogut tenir contacte amb algun dels artistes i veure de primera mà aquests espais. En relació amb les peces mencionades al treball, es poden trobar fàcilment imatges d'aquestes a Internet. Així doncs, pel caràcter teòric del treball i per aquest motiu no he adjuntat imatges al treball, així com per la impossibilitat de compilar-les totes.

Cal remarcar que l'Street Art és molt extens, primer de tot perquè és una pràctica que es realitza a tot el món i hi ha molts artistes que s'hi dediquen i per altra banda perquè hi ha moltes tècniques que es poden encabir sota l'art urbà. Per aquest fet m'he centrat sobretot en

les intervencions realitzades amb pintura, esprai, o stensil que són les més comunes, i en les exposicions i esdeveniments duts a terme a Europa, particularment a Catalunya. És molt difícil també en art urbà establir una diferenciació clara entre les diverses pràctiques i estils que treballen els artistes, ja que la majoria d'ells es mouen per diversos camps a la vegada i practiquen tècniques molt diferents i molt variables segons el moment, consegüentment m'he apropiat a aquest treball de forma més general sense intentar classificar els artistes.

M'agradaria remarcar abans d'entrar en el treball que davant la privatització de la ciutat contemporània, un aparador de productes i missatges comercials, l'art al carrer proposa una utilització igualitària i col·lectiva d'aquests espais que difícilment usem. Les intervencions realitzades al carrer, ja siguin d'art urbà o d'una altra mena, ens treuen de la rutina i la monotonia de la ciutat i modifiquen la nostra percepció d'aquesta fent que no caminem de la mateixa manera. Una vegada descobreixes les pintades, les rajoles col·locades a llocs amagats o els adhesius que hi ha a les canonades, camines buscant aquests dispositius que trenquen amb l'orde i la seriositat i que usen un espai que és de tots, establint un diàleg entre els ciutadans. És per aquests motius que sempre m'ha cridat l'atenció aquesta pràctica artística i hi he volgut destinar aquest estudi.

2. HISTÒRIA DEL GRAFFITI

Més enllà de les belles arts, moltes pràctiques com la fotografia o les performances, han anat incidint dins l'art reconegut per les institucions, conformant un panorama artístic actualment molt obert i ampli. El graffiti i l'Street Art en canvi, malgrat van obrint-se camí cap a l'art institucionalitzat, encara estan al llindar entre el que és reconegut com a art i el que no, començant des dels orígens com a accions més aviat vandàliques que artístiques.

El terme graffiti ve del mot italià *sgraffio*, que significa esgarrapada, i és tan antic com la història de l'home. Des de que l'Homo sapiens ha tingut necessitat d'expressar-se ho ha fet no només amb paraules, sinó també amb imatges, així que aquestes han anat totalment lligades a la nostra evolució. Ens hem de remuntar doncs a la prehistòria, quan l'home comença a decorar coves com ara la de Lascaux, al Perigord Francès, quan es comencen a gravar les parets amb ossos, pedres i altres útils, per començar a estudiar el fenomen del graffiti. Existeixen per exemple pintures de l'aurinyacià, on la figura resultant sorgeix de bufar pols de color a les mans mitjançant ossos buits, de forma que després només se'n veu el contorn; una de les tècniques que més endavant utilitzaran els artistes de graffiti i Street Art, no només per l'ús de la plantilla que en aquest cas eren les pròpies mans, sinó també per la tècnica, bufant la pintura i creant d'aquesta forma un efecte semblant al de l'esprai. La consideració que tenim de l'art prehistòric no obstant, va molt lligada als rituals i a la pràctica de la comunitat, per aquest motiu queda una mica deslligat del graffiti, tot i tenir característiques semblants.

També a Egipte i a Grècia s'han trobat exemples d'incisions a les parets o sobre fragments d'argila, però tot i així són exemples rars i bastant aïllats dels quals no en coneixem el motiu ni les intencions. Però si que segons els experts s'ha considerat l'origen del graffiti en les més de 11.000 incisions de fa 2.500 anys que s'han datat a Pompeia¹. En aquests escrits s'hi troba principalment paraula, més que imatge, hi ha presents poemes, noms, notes eròtiques i tot tipus de missatges que no són un fenomen aïllat sinó que tenen molta presència i segons sembla servien com a decoració. Va ser al segle XIX doncs, quan arran d'aquests descobriments a Pompeia, es va donar nom al moviment que coneixem actualment com a graffiti.

Seguint aquest recorregut, cal destacar els anomenats *vítories* universitaris, unes pintades que daten d'entre el segle XV i el XVIII, presents a algunes catedrals i edificis de ciutats espanyoles

¹ Lewisohn, Cedar. *Street Art: the graffiti revolution*. Londres: Tate Publishing, 2008; pàg. 26

com Salamanca, Sevilla o Granada, ciutats on en aquell moment hi havia ja universitats. Els *vítors* són pintures d'un color vermellós formades per les lletres del nom de la persona a qui s'alava junt al símbol de la paraula *vítor*, que significa victòria. Eren pintades fetes per aclamar aquells que van obtenir el doctorat o la càtedra universitària pels seus actes acadèmics o per l'obtenció d'un ofici a l'església o l'estat². Aquestes pintades presents sobretot als edificis universitaris i a les catedrals ens permeten resseguir una pràctica molt antiga durant anys, en aquest cas per a mostrar un triomf particular davant de tothom.

Durant la II Guerra Mundial, els nazis van utilitzar també les pintades a les parets com a part de la seva maquinària propagandística per a provocar l'odi de la població alemanya contra els jueus i els dissidents. El graffiti però, també va ser important per als moviments de resistència ja que amb aquest podien fer visible la seva oposició al règim. Un bon exemple de grup dissident va ser La Rosa Blanca, format per estudiants alemanys que durant el 1942 van manifestar el seu rebuig al règim nazi utilitzant pamflets i pintades fins que els seus membres van ser detinguts un any després, al 1943.

Durant les revoltes estudiantils dels anys 60 i 70 a França³, els manifestants també van expressar-se utilitzant, entre altres, pancartes i pòsters. Els estudiants van emprar sovint la tècnica del *pochoir*, és a dir graffitis realitzats amb plantilla, tècnica que és considerada la precursora del que avui dins de l'Street Art es coneix com *stencil* (graffiti amb plantilla).

Sense oblidar-nos d'aquestes pràctiques que es donen a tot el món i que podrien constituir els antecedents del graffiti, serà a Filadèlfia on naixerà el fenomen anomenat *bombing*, que assentarà pròpiament les bases del graffiti tal i com el coneixem avui dia. Els artistes de graffiti, amb la idea de cridar l'atenció dels mitjans de comunicació i de la societat en general, es dedicaran a bombardejar les parets de la ciutat amb el seu nom o sobrenom. D'aquí neix el concepte *bombing*, que més tard passarà a anomenar-se *writing*, l'inici d'una forma d'expressió que al llarg del segle XX i XXI s'anirà modificant i reinventant fins a donar lloc a l'ampli ventall de pràctiques a les que ens enfrontem actualment.

Nova York va ser la ciutat on el graffiti es va desenvolupar per primera vegada de forma ràpida i massiva, passant de ser un fenomen aïllat a estar present a les parets d'arreu de la ciutat i també als trens. La particular estructura d'aquesta ciutat als anys 60 i 70, en la qual barris

²Álvarez Villar, Julián. *La universidad de Salamanca, arte y tradiciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1993; pàg. 205

³Badenas, Patricia. "Affiches y pintadas: la verdadera revolución del Mayo Francés de 1968." *Dossiers Feministes*, nº 12, 2008. Seminari d'Investigació Feminista, Universitat Jaume I; pàg. 121-136 Última consulta: 27 d'abril de 2014 <http://www.raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/140711>

desestructurats com Harlem convivia amb zones glamuroses com Broadway, sembla haver estat el caldo de cultiu dels primers artistes de graffiti, ja que en aquest context quedaven paleses les grans diferències de classe i la gran varietat cultural en un mateix espai. El fet que va conduir que aquest tipus d'art urbà es desenvolupés en aquesta ciutat està relacionat doncs amb els processos d'industrialització, que van fer que gran quantitat de població rural es desplaçés cap a la ciutat abans de la Segona Guerra Mundial i es creessin fenòmens de "distorsió cultural"⁴ entre les poblacions migrades i les receptors, a més, la majoria dels immigrants eren població negra, amb la qual cosa els problemes racials accentuaven el conflicte. Aquesta població que no gaudia de les estructures socials precedents a la zona, s'instal·larà a zones antigues i degradades de la ciutat. D'aquesta manera sorgiran els guetos, comunitats tancades on les formes d'expressió o denúncia en contra de la desigualtat es faran presents en l'art del graffiti, entre d'altres. També serà en aquests moments quan Estats Units començarà a imperar règims més severos de privatització. Tot plegat seran condicionants per la creació d'una pobresa urbana, molt contrastada amb les classes altes i mitjanes que habitaven la mateixa ciutat de Nova York. Els artistes, normalment procedents d'aquests espais degradats i superpoblats de la ciutat, utilitzaven el graffiti per tant, com una forma de protesta i lluita contra els grans agents del poder, i també representava per a ells una mena de sortida de la pobresa i del gueto.

Durant aquest primer període del graffiti, els artistes solien firmar utilitzant un pseudònim anomenat tag precedit del número del carrer on vivien. Va ser a partir d'aquest moment quan als artistes de graffiti se'ls va començar a anomenar escriptors, pel fet que la paraula era l'element substancial de les seves intervencions. Un dels escriptors més coneguts del moment, va ser Taki 183⁵, un jove que va plasmar el seu nom en nombrosos vagons de tren i a tots els llocs on entregava paquets durant la seva jornada com a missatger. Taki 183, el vertader nom del qual és Demetrius, ja va ser entrevistat pel *The New York Times* al 1971 servint de model a altres nois que el van imitar fent el mateix, fet que demostra com els mitjans van influenciar en el desenvolupament del graffiti, tema del qual parlaré més endavant. Conbread, un altre dels escriptors amb més nom d'aquest moment, es va fer famós per pintar amb esprai el seu tag en un elefant del zoo, buscant espais més controvertits on deixar la seva marca. Des d'aquests

⁴De Diego, Jesús. *Graffiti: La palabra y la imagen*. Barcelona: Libros de la Frontera, 2000; pàg. 148

⁵ Taki 183, serà un dels primers artistes de graffiti coneguts. Taki és d'origen grec però afincat a els EEUU. Amb només 17 anys ja començarà a realitzar les seves primeres obres famoses de graffiti. El nom de Taki era el sobrenom amb el qual la gent del barri el coneixia i el 183 fa referència al número de carrer on vivia a Nova York.

tags fins al punt on emergeix el moviment en la seva plena forma passen molt pocs anys, demostrant la ràpida evolució d'aquesta pràctica que es va modificant sobre la marxa.

La finalitat dels graffitis era que apareguessin en el major nombre de llocs possible i per això es pintaven sobretot a les parets i a les estacions de tren i metro. El fet que ja des d'un bon principi molts artistes pintessin els trens va ser degut a que aquest transport viatjava per tota la ciutat, i això feia possible que gent de tot arreu pogués veure els graffitis. A mitjans de la dècada dels 80 no hi havia ni un sol tren de Nova York que no hagués estat pintat com a mínim una vegada. Lee és un dels pioners en el graffiti de trens conegut sobretot per la pel·lícula documental *Wild Style*⁶, basada en la seva vida. Aquest film mostra el risc al que s'exposaven els artistes al pintar trens ja que sovint ho feien en el moment que paraven a l'estació o en moviment, per aquest motiu moltes de les pintades són ràpides i simples.

En el període que engloba els anys 70 i inicis dels 80, anomenat Època Daurada per la gran activitat que hi havia, la competència era també una motivació molt alta entre els grups d'artistes que intentaven superar-se a ells mateixos i als rivals. Aquest és un dels motius que fa que augmenti la innovació i l'originalitat i que el llenguatge evolucioni de forma molt ràpida. De mica en mica les lletres dels noms van passar de ser senzilles i llegibles a passar a formar part d'un estil diferent en cada barri, que les feia més originals i pròpies; hi havia per exemple el *bubble* on les lletres tenen forma de núvol o bombolla o el *wildstyle*, amb formes molt més agressives. Les peces també es van anar fent més i més elaborades, i alguns escriptors van començar a introduir-hi dibuixos com corones o fletxes. Al carrers de Nova York es poden observar encara avui dia peces d'aquests primers estils del graffiti, al costat de tendències més novadores i actuals, permetent resseguir tota l'evolució d'aquesta forma d'expressió.⁷

A finals dels anys 70, més enllà de les lletres, s'hi va sumar la incorporació d'imatges procedents del món del còmic, dels dibuixos animats i de les caricatures, augmentant així la mida de les obres i fent que fossin més icòniques. Aquesta influència del còmic i els dibuixos al graffiti és molt rellevant i actualment encara té ressonància, tot i així, les primeres influències venen donades per Vaughn Bodé i el seu fill Mark Bodé, uns dels primers creadors del còmic underground⁸. Els artistes també van agafar com a models la publicitat i l'art. Amb la publicitat, el graffiti hi té molts elements en comú, ja que es basen en les mateixes estratègies per

⁶ *Wild Style*. Dir. Charlie Ahearn. Submarine Entertainment, 1983.

⁷ Didier, Alex. *El graffiti, una manifestación urbana que se legitima*. Tesis doctoral. Universidad de Palermo, 2008; pàg.66 Última consulta: 3 de març de 2014

http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/34%20Camargo.pdf

⁸ De Diego, *op.cit.*, pàg. 201

aconseguir un objectiu: que el missatge arribi al màxim de persones possibles. Pel que fa a l'art, Jean Michelle Basquiat i Keith Haring van assentar un precedent quan van començar a escriure els seus noms a les parets del metro, i ara que els artistes han entrat en l'àmbit museístic, aquesta relació encara és més constant.

La ràpida evolució dels tags, la incorporació d'aquestes pràctiques provinents de diferents àmbits i la competència que era cada vegada més accentuada va portar a les anomenades "guerres d'estil", on els diferents escriptors units en grups denominats *crews* i treballant conjuntament dins un estil concret, escampaven les seves firmes per tota la ciutat amb l'objectiu d'adquirir un reconeixement i un respecte, no per part dels ciutadans de Nova York sinó per part dels altres artistes que pintaven a la ciutat. Aquest fenomen va donar lloc a la pel·lícula *Style War*⁹ un document primerenc sobre aquest gènere que juntament amb *Wild Style* mostra quina era la forma de funcionar dels artistes, les seves motivacions o el risc de les seves intervencions fent-te prendre consciència que quin era l'ambient en què es vivia.

Va ser als anys 70 també, quan van començar a editar-se els primers llibres sobre graffitis amb imatges, *Watching my name go by*, de 1973, és un dels primers exemples. Aquests documents, tan llibres com pel·lícules a més de permetre escapar al món el que estaven fent uns joves a Nova York de forma il·legal van tenir un gran efecte entre els artistes, que van adonar-se de la magnitud del que feien.

Davant aquesta proliferació de graffitis arreu de la ciutat, les autoritats de Nova York van començar una lluita contra aquest fenomen durant els anys 80, implantant lleis restrictives, augmentant la vigilància nocturna als carrers i metros, i protegint les vies de tren amb tanques de seguretat. A més, a partir dels mitjans de comunicació es va aconseguir crear en la societat un rebuig cap a aquesta activitat. Davant aquesta situació, alguns dels escriptors van deixar de pintar, però altres se les van enginyar per a continuar fent graffitis tot i que era molt més complicat i havien de vigilar molt¹⁰. En una entrevista que va fer Cedar Lewisohn a Henry Chalfant, fotògraf d'art urbà molt reconegut i director de *Style Wars* va dir el següent:

Cedar: What do you think have been the most important factors in graffiti's development?

⁹ *Style Wars*. Dir. Henry Chalfant i Toni Silver. Public Art Films, 1983.

¹⁰ Dennant, Pamela. "Urban expression, urban assault, urban wildstyle, New York city graffiti." Thames Valley University, London, 1997 a Art Crimes. Última consulta: 26 de febrer de 2014 <http://www.graffiti.org/faq/pamdennant.html>

Henry Chalfant: Police repression. Hostility. The mayor and administration trying to get rid of it- and ineptly. That just spurred it on and made it even more fun.¹¹

Tot i que alguns artistes van abandonar, el fet que l'administració pública estigués augmentant la vigilància i hagués fet pública la il·legalitat de les pràctiques, com diu Chalfant, encara feia que fos més emocionant i divertit sortir a pintar de nit, i les prohibicions doncs, tot i que van disminuir les intervencions, no van aconseguir suprimir-les. Davant aquestes restriccions de l'Ajuntament altres artistes van viatjar a Europa i van introduir el graffiti a l'altre continent.

Tot i que a algunes ciutats com Amsterdam o Madrid ja s'havia generat un moviment de graffiti anterior a l'americà que tenia les seves arrels al punk, no va ser fins l'emergència del hip hop a mitjans dels 80, quan es va començar a treballar un graffiti comparable al de Nova York. Aquest estil, que a Amèrica ja movia molts joves, va néixer com a reacció contra la música disco que estava de moda entre les classes altes, i com una forma de protesta contra el sistema, lluitant contra les desigualtats i reivindicant la pròpia identitat. A part de la música la principal forma de manifestació i reivindicació artística molt més visible i present que aquesta, era el graffiti. És arran del hip hop quan neix doncs el graffiti modern o graffiti hip hop, un fenomen d'una rellevància important per tot el que va comportar tan a Nova York com a Europa, i concretament a Espanya on va tenir un paper important sobretot en barris de Madrid i Saragossa¹².

A partir dels anys 90, el món del graffiti es va expandir substancialment pel que fa a les tècniques i materials, així com per les idees que movien els artistes. És en aquest moment quan apareixen nous conceptes com Street Art o Post-graffiti, i els tags, tot i que no desapareixen, obren camí a noves formes d'expressió més creatives i artístiques. Els personatges que s'utilitzaven com icones auxiliars al costat de les lletres per exemple, avui dia constitueixen un gènere autònom dins del graffiti, i engloben tant personatges del món del còmic com dibuixos de gran hiperrealisme. Apareixen també nous estils dins el graffiti molt innovadors com per exemple l'ecograffiti, que consisteix en realitzar obres de graffiti sobre superfícies brutes netejant-les, de forma que la figura resultant està formada pels fragments nets de la paret. Cal destacar també l'aparició d'Internet que s'ha sumat a aquesta revolució i ha jugat un paper important en l'evolució del graffiti. És també a partir d'aquest moment quan el graffiti comença a introduir-se de forma més accentuada a altres àmbits a part del carrer,

¹¹ Lewisohn, *op. cit.*, pàg. 30

¹² De Diego, *op. cit.*, pàg. 87

ampliant la seva presència a museus i galeries i passant a formar part de les grans col·leccions d'art del món, fenomen en el qual aprofundiré més endavant.

Malgrat escampar-se per tot el món, gran part del graffiti als anys 90 estava basat en el model nord-americà, que de fet, continua sent el més popular actualment, però tot i així en els últims anys han aparegut noves propostes dins el marc de l'Street Art i països com Brasil o el Regne Unit estan desplaçant Nova York com a únic centre d'aquestes intervencions.

Al Regne Unit, un dels punts més destacats internacionalment en aquest àmbit sobretot a partir de la presència de Banksy que ha obert el camp, en un principi els artistes van començar a pintar peces que estaven molt relacionades amb el que s'estava fent a Estats Units; va aparèixer per exemple un nombrós grup d'artistes que utilitzaven l'esprai, especialment a Londres, Wolverhampton i Bristol pels voltants del 1983. Tot i així, al llarg dels anys les formes van anar adoptant un estil més propi, i les propostes realitzades tenen actualment un pes important en l'Street Art mundial. Tot i que Londres va ser el punt de màxima activitat, últimament s'ha fet molt difícil realitzar art il·legal a aquesta ciutat que es troba sota una vigilància constant però en altres localitats més petites com Sheffield, Hull, Bristol o Brighton segueix existint una cultura independent plena de talent¹³. Cal destacar el Regne Unit ja que a diferència de Nova York on un dels mètodes més utilitzats pels artistes és l'esprai o la pintura a mà alçada, s'hi ha treballat molt amb l'stencil que cobrarà especial importància a Europa convertint-se en un dels estils més generalitzats. A mitjans dels 90 amb l'aparició d'artistes com Shepard Fairey i la seva campanya Obey Giant (obeeix al gegant), ideada a partir de la imatge del lluitador americà Andre de Giant, i realitzada a partir de pòsters i plantilles, el món de l'stencil experimentarà un vertader auge, i Gran Bretanya serà un dels centres de màxima producció durant aquest període. També arran de les intervencions de Banksy que ha fet de l'stencil un mitjà molt popular utilitzat per artistes d'arreu.

Pel que fa a Amèrica Llatina, tot i que el graffiti va entrar més tard que a els EEUU, és avui en dia un dels centres més destacats i prolífers dintre de l'Street Art. De la mateixa forma que en les primeres expressions de graffiti a Nova York, els artistes intenten reflectir les enormes desigualtats socials que existeixen en el seu territori però en aquest cas els problemes socials i econòmics, la drogoaddicció i els conflictes entre bandes entre altres, han tingut un gran pes. Dins de l'àmbit llatino-americà, cal destacar el graffiti de Brasil, que té un desenvolupament diferent i segueix un camí únic per diversos motius. Primer perquè es desenvolupa en un context polític i econòmic concret i l'aïllament fa que sigui un moviment molt original, i

¹³ Lewisohn, *op. cit.*, pàg. 123

després perquè tot i que adopta algunes característiques del graffiti de Nova York com l'stencil, que s'integra a partir dels estudiants, s'hi afegeixen també característiques de l'art protesta. Hi ha un fet distintiu a més pel que fa a l'estil, ja que els artistes brasilenys van començar a pintar amb acrílic i no amb esprai, sobretot pel difícil accés que tenien a aquest material per qüestions econòmiques i perquè que no era necessària la rapidesa a la que els artistes de Nova York estaven sotmesos, ja que les lleis no eren tan restrictives. No obstant, la diferència més evident entre l'Street Art brasileny i l'europeu i americà és que els artistes no utilitzen pràcticament mai les paraules, col·locant-se a l'altre extrem dels tags i apostant per il·lustracions molt elaborades que encara que no puguin ser llegides transmeten continguts estètics, històrics i polítics. Tots aquests aspectes van permetre que s'originés una sensibilitat visual molt original. En una entrevista que va fer *Art Crimes*, web especialitzada en Street Art, a Os Gemeos, quan els van preguntar perquè el que es feia era diferent a Brazil, van respondre:

“Perhaps because we had no information about graffiti in the beginning, it helped us a lot. We never watched anyone else painting. The only things that we had were some flicks and a piece of film that showed us graffiti. So we tried to discover how these things were done. We think we ended up discovering other things as a result.”¹⁴

En aquest context va aparèixer a Brasil també una nova forma de fer graffitis coneguda com el “pichação”¹⁵, una tipografia única i molt característica que consisteix en lletres allargades, difícils de llegir, sovint amb contingut de protesta o polític. Els artistes que s'encabeixen en aquest estil, que sí que es il·legal, per la seva cruesa i falta d'estètica, lluiten per a arribar als llocs més inaccessibles i emplenar la ciutat d'aquestes pintades, que són considerades per a molts poc artístiques però que van molt lligades a la estructura de la ciutat de Brasil, als barris marginals i a la forma de vida que s'hi porta.

No obstant aquestes pràctiques que s'apropen més al vandalisme, a Brasil està creixent molt el nivell artístic de l'art urbà, donant lloc a molts artistes reconeguts internacionalment. A Sao Paulo i Rio de Janeiro és on trobem més artistes alguns dels quals cal destacar, com Os Gemeos, Nina o Vitché. Os Gemeos, per exemple, uns dels més admirats, son dos germans que pinten des de 1987 apropant-se a una forma lírica i romàntica que recorda als dibuixos o il·lustracions de llibres infantils però sovint amb un gran contingut polític i de protesta darrere, molt propi del graffiti de Brasil.

¹⁴ *Art Crimes: the writting on the wall*. Ed. Susan Farrell, 2013. Entrevista a Os Gemeos. Última consulta: 28 d'abril de 2014 <http://www.graffiti.org/osgemeos/index.html>

¹⁵ *Luz, camera, pichacao*. Edu Conceição i Ricardo Pirtanga (eds.) Última consulta: 11 de febrer de 2014 <http://www.luzcamerapichacao.com.br/>

Tenir en compte aquests inicis del graffiti, ja no com a tal, sinó també partint de les primeres tendències que té l'home a pintar les parets, ens ajuda a veure com ha estat l'evolució mateixa del que s'ha acabat englobant sota el terme d'Street Art i com, partint d'uns inicis relacionats amb la desigualtat social i amb el vandalisme en punts territorials molt concrets ha passat a convertir-se en un fenomen global traspasant els límits i adoptant sentits molt diversos.

2.1. MARC ARTÍSTIC REFERENCIAL

És difícil establir unes influències clares en el cas de l'Street Art a causa de la gran varietat de tipologies, artistes, mètodes i intencionalitats que s'hi encabeixen donant forma a intervencions molt diferents les unes de les altres. L'aparició dels happenings, el land art o les performances ja van començar a preparar el terreny als artistes donant-los a veure que era possible fer intervencions artístiques fora d'allò més tradicional i encara que ells no en fossin conscients, moltes de les característiques d'aquestes arts més performatives es donen també en l'àmbit de l'art urbà. També propostes artístiques com el situacionisme, el conceptualisme o l'art pop, sobretot aquest últim, serveixen de marc als artistes, tot i que més que apropiarse de formes estètiques o de representació, el que fan és adoptar-ne la ideologia i la intenció. Més enllà de les pràctiques artístiques que podem trobar com a referència, en el cas de l'Street Art, hem de tenir en compte també moviments culturals com el punk, les protestes polítiques i socials, i també els mitjans de comunicació de masses, com la publicitat, que es troben en consonància amb certs aspectes de l'Street Art sobretot pel que fa al llenguatge que utilitzen ambdós.

El punk va néixer a Nova York als anys 70 com a moviment artístic lligat sobretot a la música, però sobretot va ser un estil de vida, una forma de veure el món i enfrontar's-hi. Grups com The Ramones o els Sex Pistols, van popularitzar amb la seva música una forma de transgressió, buscant alliberant-se dels estereotips i la tradició a partir de la seva forma de vestir o d'actuar així com per les lletres de les cançons insolents i grotesques. Sumant-se a aquest caràcter transgressor, hi ha la crítica social, el posicionament polític i l'afinitat a moviments de protesta, característiques que es fan presents tant en la música punk d'aquests grups i dels molts que es van incorporar a aquest estil, com en l'Street Art, que també busca trencar amb els convencionalismes, les normes i la tradició fent quelcom nou i expressant com fa el punk un descontent envers els sistemes i les institucions de poder. Un moviment marcat per una ideologia molt forta però que malgrat deprecia la societat de masses i les modes, de la

mateixa forma que li ha passat a l'Street Art i al graffiti, ha acabat essent una estètica incorporada i adoptada pel mateix sistema que critica.

En el cas del situacionisme, inspirat per la Internacional Situacionista, el que proposa és la creació de situacions amb un rerefons ideològic marxista i d'avantguarda per a trencar amb les barreres entre art i política. Els objectius dels situacionistes són acabar amb la societat de classes i el sistema opressiu així com acabar amb el capitalisme i el sistema que aliena els homes de la seva vida quotidiana. Per aquest motiu creuen que és necessària la creació de situacions com una eina política per transformar la vida de les persones. Ja al 1950 la Internacional Situacionista va realitzar algunes intervencions properes als happenings, la més coneguda de les quals és la que van realitzar a Notre Dame quan Michelle Mourre es va infiltrar vestit de monjo i des de dalt l'altar va llegir un pamflet que afirmava que Déu havia mort. En l'àmbit de l'Street Art, aquesta creació de situacions també hi és molt present, així com molts dels conceptes que Guy Debord, intel·lectual del moviment va descriure. Ernest Pignon, un artista francès que treballa de forma molt accentuada amb la localització de les seves peces, començant el procés de creació caminant pels carrers de la ciutat o poble i informant-se de la seva història, parla del seu estil com a *psico-geogràfic*, ja que intenta captar l'esperit de l'espai, com si fos la mateixa localització la que produís la imatge. Aquest terme és encunyat precisament per Debord dins les propostes situacionistes, segons el qual l'ambient en que viu un individu actua directament sobre el seu comportament¹⁶.

Calen destacar també les intervencions dels artistes conceptuals, com per exemple Gordon Matta Clark, un dels artistes amb un paper important per la influència que van tenir els seus treballs no només en l'Street Art sinó en tots els artistes que intervenien en l'espai públic. Tot i que no pertany pròpiament en l'àmbit del graffiti, s'hi va dedicar en algunes ocasions tot i que de forma molt esporàdica. Matta Clark és conegut sobretot pels seus *Buiding Cuts*, intervencions realitzades en edificis privats que consisteixen a alterar-los. És per aquest alterament de la propietat realitzat de forma il·legal, el treball en l'espai públic i la qüestió de protesta que hi ha darrere el que fa que sigui un exemple pels artistes que treballen amb art efímer al carrer.

Va ser del pop dels anys 60 però, d'on més idees van agafar els artistes de graffiti, i tot i que ara la barrera entre el pop, la publicitat i l'Street Art és molt estreta, té una importància rellevant per la gran quantitat de connexions que tenen. El pop va sorgir com a reacció a

¹⁶ Debord, Guy. "Teoria de la deriva". *Internationale Situationniste*, vol.2. 1958. Traducció extreta de Internacional situacionista, vol.1 Madrid: Literatura Gris, 1999. Última consulta: 28 d'abril de 2014 <http://www.ugr.es/~silvia/documentos%20colgados/IDEA/teoria%20de%20la%20deriva.pdf>

l'Expressionisme Abstracte considerat molt elitista, així que el que van fer els artistes va ser apropiat-se d'imatges i temes de la societat del consum i traslladar-los a l'àmbit de l'art. Així doncs de la mateixa forma que fa l'Street Art en alguns casos, utilitza imatges conegudes i els atorga un sentit diferent per criticar el sistema del consum o com a postura estètica. Igual que els artistes d'Street Art, els artistes pop, utilitzen objectes industrials, cartells o articles de consum comercial i veuen l'obra d'art no com un objecte únic sinó com quelcom que es pot reproduir. Això fa que malgrat ser considerat art, s'enllaci amb el món de la publicitat de la mateixa manera que ho fa l'Street Art¹⁷.

La publicitat és un punt d'unió doncs entre l'art pop i l'Street Art per l'admiració que tenen els artistes al potencial de transmissió que té aquesta. Per aquest motiu les característiques de la publicitat han estat adoptades també pels artistes d'Street Art de forma molt rellevant. No només tenen en comú el fet que tan un com l'altre es fan presents en l'espai públic sinó també les tècniques de comunicació que adopten, la majoria de les quals comparteixen. La relació que tenen no obstant és d'amor-odi, com va dir l'artista Eine: "It's interesting the way advertising use Street Art and Street artists destroy advertising"¹⁸, la publicitat s'apropia de totes aquelles idees o formes que veu que tenen èxit i comencen a ser reconegudes per a la gent i les transforma per arribar a una audiència diferent o crear un nou mercat. En el cas de l'Street Art aquest fet es fa present en molts anuncis lligat al sentiment urbà i a la rebel·lió individual.

Els logos publicitaris esperen que la gent reconegui una marca en el moment de veure'ls però no només això sinó que en els logos les idees de la marca hi queden també representades, passant a ser molt més que una imatge i adquirint tot un sentit. L'Street Art funciona de forma semblant en alguns casos, com per exemple en les rajoles d'Invader que tenen ja tot un significat darrere i són molt fàcils de comprendre per l'espectador. Aquesta comunicació està també en relació amb la cultura pop, on les imatges en certa forma funcionen també com un anunci publicitari, tot i que sense un producte definit.

Com ha fet la publicitat, l'Street Art utilitza també missatges molt condensats que permeten una processament directe de la informació a través de l'associació de dos pensaments que es

¹⁷ Kataras, Alex. *Advertising, propaganda and Graffiti art*, Tesi de Màster. University Saint Martin's London, 2006 a Art Crimes. Última consulta: 26 de febrero de 2014 <http://www.graffiti.org/faq/kataras/kataras.html>

¹⁸ Lewishon, *op. cit.*, pàg. 111

connecten en la ment. Tots dos tenen objectius similars: impactar, atraure l'espectador o promocionar ja sigui una marca o producte o un artista o idea¹⁹.

En contra de la imatge publicitària, una de les propostes amb la que han treballat els artistes, és el Subvertising, un sistema que consisteix en invertir els significats dels missatges comercials a partir de l'alteració dels continguts, apropiant-se de les mateixes tècniques publicitàries. La seva acció més recurrent és la modificació de les tanques publicitàries, creant una nova imatge o modificant l'existent. És el que fa l'artista Kaws, per exemple, que aprofita aquests espais tan visibles per a realitzar les seves intervencions. Ell al contrari que molts artistes, no modifica molt el contingut sinó que n'altera petits detalls deixant gran part del missatge original, de forma que passant per davant pràcticament no t'adones del canvi però el significat del missatge ja ha canviat. Aquestes intervencions tot i que van en contra de les finalitats publicitàries, són una forma d'expressió social i de reivindicació política. En el poc temps que duren, ja que ràpidament són eliminades per les empreses o l'administració pública, a més de donar una resposta a la publicitat, doten de contingut un espai privatitzat.

¹⁹ Vega, Bladimir. *Lenguaje visual publicitario como sistema de comunicación en el Street Art: creación y difusión*. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Última consulta: 25 de març de 2014 <http://www.tdx.cat/handle/10803/96723>

3. DEL GRAFFITI A L'STREET ART

La distinció entre graffiti i Street Art o Post-graffiti és complexa i no existeixen límits establerts de forma clara, però tot i així sí que és cert que a partir dels anys 90 el graffiti modern o més tradicional va començar a transformar-se i alterar-se donant pas a unes expressions artístiques que ja no podien definir-se sota aquest terme. D'aquesta forma es va denominar a aquestes noves tendències Street Art o Art urbà.

Mentre que l'art del graffiti, com he dit en les primeres pàgines, és vist tradicionalment com una forma d'art que consisteix en la proliferació d'un tag a través de l'ús creatiu realitzat amb pots d'esprai o pintura i té les lletres com a base de les seves creacions, l'Street Art va més enllà i incorpora altres tècniques com els adhesius, els cartells, o l'stensil, i vol transmetre missatges que tenen origen en la cultura contemporània. Tot i així comparteix una estètica similar amb el graffiti i el seu lligam és evident. Es pot comparar la relació que tenen amb la del jazz i el techno, ja que de la mateixa forma que el techno no hauria existit sense el jazz, l'Street Art no hauria existit sense el graffiti, però no és que siguin dos coses separades sinó que hi ha molts artistes que treballen en els dos àmbits, els gèneres no són purs sinó que contínuament es van hibridant, no es pot establir una barrera fixa²⁰.

El terme Street Art, utilitzat per primera vegada per Allan Schwartzman al 1985 en un llibre que porta precisament el mateix nom,²¹ engloba expressions artístiques varies que tenen lloc a l'espai urbà i que deriven directament de la revolució del graffiti, ja sigui en un estat bidimensional com tridimensional. Sovint també ens referim a aquestes noves formes com a Post-Graffiti, ja que aquests nous ideals estètics i tècniques no van tenir presència als anys 70 i 80 en el moviment que va sorgir a la ciutat de Nova York.

Segons el Museum of International Street Art de Los Angeles, la definició del terme és la següent:

L'Street Art, és una forma especialitzada d'art desenvolupada generalment als espais públics – és a dir als carrers – encara que el terme normalment es refereix a l'art no autoritzat i oposat a les iniciatives patrocinades pel govern; el terme inclou obres d'art tradicionals com el graffiti, les plantilles o els adhesius però també l'art del cartell, les

²⁰ Lewisohn, *op. cit.*, pàg. 15

²¹ Schwartzman, Allan. *Street Art*. Londres: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, 1985

projeccions en vídeo, l'art d'intervenció, l'art de guerrilla, el flash mobbing i les instal·lacions al carrer entre altres. Generalment el terme s'utilitza per a distingir l'obra d'art en l'espai públic contemporani del graffiti territorial o vandàlic.²²

Així doncs l'Street Art va més enllà del graffiti i de l'art mural públic agrupant moltes més variants. Ferkner, un artista d'art urbà, defineix l'Street Art com: "all art on the street that is not graffiti."²³

Malgrat que a l'ull d'un ciutadà algunes formes de graffiti i d'Street Art poden semblar el mateix, hi ha algunes diferències que cal tenir en compte. La majoria de writers, utilitzen el seu tag i el reproduïen per a tota la ciutat esporàdicament, sense tenir prèviament pensat un lloc concret sinó pintant on els sembla bé per aconseguir prestigi. Als anys 80 hi havia tres grans paràmetres per a mesurar aquest prestigi: el primer d'aquests era la ubicació; com més complicat era l'accés a un espai i més perillós era arribar-hi guanyaves més reputació, també com més visible era la pintada. El segon era el modus operandi, és a dir, la forma en que es feien les pintades, amb quin material es feien i sobre quin suport. En aquest aspecte tenia molta importància la il·legalitat, ja que un mural realitzat de forma il·legal era considerat superior a un comés dins el marc legal. Per últim hi havia l'estil, que més que a la tècnica o la destresa, es referia a la originalitat. No obstant, aquestes directrius, han quedat relegades als inicis del moviment i malgrat encara perviuen en alguns grups de joves escriptors, ja no són definitòries de l'Street Art ni del graffiti professional. En el cas de l'Street Art els artistes tenen present quina és la ubicació de la seva pràctica ja que molt sovint han de preparar abans el material al taller i és per tant un aspecte que han de tenir en compte, a més aquesta noció de competitivitat no és tan marcada. També cal destacar que contràriament als artistes de graffiti, que utilitzen com a material bàsic els esprais, en Street Art els materials són molt diversos i engloben des dels adhesius o el cartró a la pintura.

La diferència més rellevant però és la intenció amb que es realitzen ambdues pràctiques. Pel que fa al graffiti, té una estètica molt específica: utilitza tags, lletres de diverses formes, està fet amb esprai, i es realitza en llocs de difícil accés; però és important també tenir en compte a qui va destinat: a la gent que entén el seu llenguatge i la dificultat de les intervencions per tant, a un nombre molt petit de persones. D'aquesta manera és una forma de comunicació basada en un codi tancat i realitzada no per transmetre un missatge sinó per a mostrar el que els artistes són capaços de fer. Per altra banda en l'Street Art, més enllà del mètode utilitzat,

²² *Museum of International Street Art*. Judah Ray(ed.) MISA Museum of International Street Art. Última consulta: 11 de març de 2014 <http://www.internationalstreetart.org/>

²³ Lewishon, *op.cit.*, pàg. 23

l'objectiu principal és transmetre un missatge. És per aquest motiu que es considera més proper a l'àmbit artístic ja que està més obert a les interpretacions. L'Street Art va més enllà de l'explosió personal i se centra més en la gent que veurà les intervencions, així com en el lloc on estan situades. El que volen aconseguir els artistes és fer reflexionar la gent a través de diferents formes que van des de la crítica social a les imatges populars més innocents. D'aquesta manera sobrepassa el graffiti atès que interactua més amb la societat i té un llenguatge molt més obert. Com diu Bladimir Vega:

Sin embargo, lo más significativo es que el Street Art mantiene un nexo entre lo que ocurre en las calles y en los medios de comunicación de masas, creando su propio imaginario simbólico estético y convirtiendo el lenguaje subversivo y el lenguaje visual en elementos conceptuales. En este menester se hace valer de las funciones y las posibilidades que otorga la publicidad para desprenderse de la autonomía del arte y situarse dentro de un contexto sociopolítico.²⁴

El context sociopolític del que parla Vega és molt important en el cas de l'Street Art i un dels aspectes que el diferencia del graffiti. Pel que fa a aquest últim, el text és sovint autònom i el realitzador no mostra cap posicionament social o crític, és per aquest motiu que arreu del món pots trobar molts graffitis semblants. L'Street Art, en canvi, posa molt d'èmfasis en el lloc on es troba una peça, i fa sovint una reflexió sobre l'espai, de forma que la localització i el context arriben a formar part de la mateixa obra d'una forma tan remarcada que en un altre entorn aquesta ja no tindria sentit. És el cas per exemple de la intervenció que va realitzar Keith Haring al Mur de Berlín al 1986, on no només va realitzar una pintura sobre un dels símbols més significatius de la Guerra Freda sinó que hi va reflectir el seu posicionament. JR²⁵ és un dels artistes el treball del qual també se centra sobretot en el lloc d'intervenció de les seves peces, que té la mateixa rellevància que l'obra en si. L'artista treballa en llocs de conflicte intentant donar una imatge alternativa que divergeix de la imatge que mostren els mitjans, on només veiem cadàvers, bombardejos i imatges molt dures. JR a diferència d'aquestes imatges, ens mostra els espais de guerra i conflicte d'una forma molt diferent²⁶. En el cas d'Israel, en el projecte anomenat Face2Face, va col·locar als dos costats del mur fotografies de gran format

²⁴ Vega, Bladimir. *Lenguaje visual publicitario como sistema de comunicación en el Street Art: creación y difusión*. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Última consulta: 25 de març de 2014 <http://www.tdx.cat/handle/10803/96723>

²⁵ JR Art. Alabaz Creative Digital Agency (ed.) Web oficial de JR, 28 d'abril de 2014. Última consulta: 11 de març de 2014. <http://www.jr-art.net/jr>

²⁶ Cadwalladr, Carole. "TED 2011 roundup: French creative JR launches global street art project." *The Guardian*, Thursday 3 March 2011. Última consulta: 11 de març de 2014 <http://www.theguardian.com/media/pda/2011/mar/03/ted-prize-french-street-artist-jr>

de gent normal i corrent: taxistes, cuiners, botiguers, col·locant de forma aleatòria palestins i israelians, de forma que la gent veia persones encara que diferents, molt semblants. Subtilment, sense remarcar característiques de la guerra i sense fer explícit el conflicte ni la protesta, col·loca aquestes imatges que poden ser molt més suggerents i que ens permeten veure d'una altra forma la realitat en un context com aquest.

A part de la distinció que es pot establir a partir de la intencionalitat hi ha també una diferència de caire social entre aquestes dues tendències. En primer lloc els autors de graffiti i art urbà solen pertànyer a perfils i estrats socials diferents. Malgrat la idea general és que les persones que es dediquen a l'Street Art són nois provinents de classes populars baixes i barris desestructurats amb problemes econòmics i d'altres tipus, no sempre és així. Si que en el camp del graffiti hi ha més nois que encaixen amb aquestes característiques però hi ha publicacions per exemple, que ens mostren com la presència de les dones dins aquest àmbit ha estat també molt potent²⁷; i tot i que molts dels artistes que van iniciar aquesta forma d'expressió no tenien formació artística, actualment aquest fet ha canviat i la majoria d'ells provenen de l'àmbit artístic. En segon lloc la reacció dels ciutadans davant unes intervencions o altres és diferent. El rebuig de la gent cap al graffiti modern, caracteritzat per les pintures amb esprai de tags que és present en totes les ciutats del món és sobretot degut a la incomprensió d'aquest. La incapacitat per comprendre perquè es realitzen aquestes pintades, quines són les motivacions dels que les fan, quin sentit tenen o quina relació hi ha entre les firmes i els murals, és el que produeix aquesta inquietud, sumant-li la il·legalitat d'aquestes pràctiques. El públic del graffiti no són sinó els altres practicants de graffiti que estan presents en el joc, poques vegades va dirigit a un públic més general per això ha estat vist com una invasió. En el cas de l'Street Art, aquesta sensació canvia. A més de ser intel·ligibles pel públic general, els motius gràfics de l'art urbà són fàcils de disfrutar i és per aquest motiu que han cridat tan l'atenció a molta gent i el públic s'ha fet seus.

Si el graffiti es ese monstruo sucio e incomprensible que salió de los barrios bajos en las manos de jóvenes desfavorecidos, el arte urbano es su primo culto, vistoso y de comprensión inmediata.²⁸

Tot i que aquesta diferenciació els col·loca en punts molt diferents, la diferència no és tan gran com he dit, ja que un prové de l'altre. S'afirma que l'Street Art va néixer cap al 1998 quan les

²⁷ Ganz, Nicolas. *Graffiti Women: Street Art From Five Continents*. Nova York: Editorial Harry N. Abrams, 2006

²⁸ Abarca, *op. cit.*, pàg. 57

normes restrictives implantades per l'alcalde de Nova York Ed Koch van aconseguir mantenir el metro lliure de pintades, però tot i així, ja als anys 70 hi havia artistes a Europa que no es podien encabir dins el graffiti per la innovació que hi havia als seus treballs, com per exemple Ernest Pignon, tot i que aquests artistes eren casos molt aïllats. Al 1975 a Nova York hi havia també artistes com Dan Witz, precedits per Keith Haring i Jean-Michel Basquiat que treballaven de forma paral·lela als graffitis però amb un procediment molt diferent. Aquests dos artistes considerats pioners de l'Street Art van ser els primers que es van influenciar de la estètica del graffiti, però van crear alguna cosa nova. Mentre Basquiat treballava amb el món fracturat de l'artista dins un llenguatge més expressionista, Haring capturava moviments de discoteca i els dibuixava amb línies ràpides, influenciat per l'informalisme de Dubuffet i el moviment COBRA juntament amb l'art tribal africà. Tots dos són un precedent del tipus de carrera que portaran molts artistes que consisteix en començar al carrer, passar-se a les galeries i acabar duent a terme un projecte més comercial, Haring per exemple va participar en l'enregistrament de videoclips pop a la MTV i més tard va obrir una botiga.

Cal destacar aquests primerencs exemples d'artistes ja que van ser ells els que van començar a innovar i a modificar els graffitis influint després, als anys 90, la nova generació d'artistes com Banksy o Shepard Fairey que van trencar definitivament les barreres entre graffiti i Street Art. Va ser als anys 90 doncs quan l'Street Art, tot i que ja operava als anys 70, va començar a penetrar en la consciència pública i va començar a convertir-se en un concepte sota el qual s'englobaven totes aquelles pràctiques que feia temps que eren operatives, però encara no havien estat conceptualitzades. Això va ser degut al moviment antiglobalitzador i a les tàctiques de guerrilla amb les que l'Street Art es va associar, convertint-se així en un símbol anti-capitalista. Contradictòriament és en aquest moment quan es converteix en un fenomen del mainstream, alimentat per la ideologia del hip hop, i quan comença a ser utilitzat per a moltes empreses com una eina de màrqueting per arribar a un tipus de públic en concret. Així doncs, el sistema al que s'enfrontaven i contra el que es posicionaven els artistes inicia en aquest moment a adoptar l'estètica de l'Street Art i el graffiti.

En el moment en què s'institucionalitza moltes de les pautes que havien establert els artistes des de l'aparició del graffiti es modifiquen i de mica en mica han anat traspasant les barreres. Una d'aquestes és el caràcter efímer i perible de l'Street Art; des del moment en que es realitza una peça al carrer, o bé desapareix a causa de les condicions atmosfèriques i del deteriorament dels materials o bé s'elimina o es substitueix per una altra fet que ara no és així. L'altre és la intenció d'actuar contra l'objecte artístic tradicional com a mercaderia. Aquest aspecte és evident que ha canviat molt des del moment que s'exposa en galeries, però no

només han canviat les peces sinó també els artistes, l'anonimat és una característica molt lligada als orígens del graffiti però ara molts d'aquests artistes són ja coneguts internacionalment.

La nostra consciència i forma d'entendre els graffitis i l'Street Art ha canviat molt en poc temps i està constantment modificant-se de la mateixa forma que es modifiquen les pràctiques dels artistes. Quan va néixer, el graffiti era un fenomen considerat brut i marginat, denotava una activitat vista per la majoria com quelcom que era més un acte vandàlic que una intervenció artística, no obstant aquest fet ara ha canviat. Si que en alguns contextos i segons l'espai es segueix veient com un indicatiu d'abandonament o pobresa d'un barri però en molts altres casos i en uns altres espais es vist totalment de forma contrària, com una expressió artística totalment innovadora i original que està adquirint un èxit molt rellevant en el mercat artístic.

El debat sobre si ha de ser considerat art o no ha estat latent des dels anys 70, no obstant actualment aquesta discussió encara es troba en un punt més crucial, ja que alhora que és il·legal als carrers i forma part dels grups més marginals de la societat entra en els museus i en la cultura de masses, endinsant-se en un camp totalment nou i complex que fa que no hi hagi límits en les intervencions dels artistes. "Street Art and Graffiti both have the peculiar ability to exist in the mainstream of culture and at the same time on its periphery".²⁹ Aquest fet, per la importància que té i per l'ambigüitat i contradiccions que suposa, el tractaré més endavant centrant-me en l'art del carrer i en algunes mostres realitzades en museus o promogudes pels ajuntaments.

3.1. DIFERENTS FORMES D'STREET ART

Com hem vist, l'Street Art engloba moltes formes artístiques diferents així com suports, materials i tècniques diverses que els mateixos artistes utilitzen de forma aleatòria. Exposo doncs algunes d'aquestes pràctiques.

El graffiti és potser la forma més tradicional dins d'aquest fenomen anomenat Street Art. Dins aquest terme s'hi encabeixen les pintures sobre parets en l'espai públic ja sigui amb esprai, roll-on o pinzell. Lligat a la cultura del hip hop des dels anys 80 comprèn diversos estils i imatges i avarca tan les pintures realitzades per grups juvenils com les peces d'artistes amb més trajectòria. La majoria d'artistes segueixen pintant tags com es feia en els orígens, amb

²⁹ Lewisohn, *op.cit.*, pàg. 19

diferents tipus de lletres i amb alguna imatge que suporta la seva firma. El graffiti va suposar un nou concepte de la propietat pública i va trasbalsar el món de l'art. M'agradaria destacar també una pràctica que comencen a treballar alguns artistes, *l'stop motion*, col·locant el graffiti prop dels vídeos d'animació. Un dels artistes que treballa amb aquesta tècnica és Blu, realitzant uns films sorprenents.

Entraria també en aquest camp la pintura mural utilitzada com a decoració de l'arquitectura però en ocasions també amb finalitats didàctiques, des de la pintura al fresc fins als trompe-l'oeil presents per exemple en parets mitjaneres han estat i continuen sent presents en totes les ciutats. A Girona, per exemple, Roca D. Costa va pintar a carretera Barcelona un trompe-l'oeil i hi ha també algunes escoles la façana de les quals presenta un mural pintat pels mateixos nens.

Els *stickers* són una de les altres formes molt emprades sobretot a partir dels anys 90 i que actualment s'usen molt. Consisteixen en adhesius que s'utilitzen per a transmetre un missatge i que es col·loquen de forma bombardejada en tots els racons d'una ciutat o vàries, fent que aquest missatge sigui visible per la seva multiplicació en l'espai. A diferència dels graffitis la seva creació i col·locació és molt més fàcil i ràpida, així doncs els artistes tenen menys risc a ser penalitzats. A partir de l'aparició dels *stickers*, van aparèixer altres suports com els cartells o pòsters. Aquests, adopten el sistema que utilitzen els cartells publicitaris, així doncs es confeccionen prèviament i després s'enganxen a les parets amb cola adhesiva. Quasi sempre són realitzats a mà i contenen tan missatges de protesta o reivindicació com imatges de caire més artístic.

L'*stencil* no obstant, és actualment un dels mitjans més popular entre els artistes. Consisteix en una plantilla que l'artista crea al taller i que posteriorment utilitza per a crear les seves obres al carrer realitzades amb esprai o roll-on. Té molt èxit degut a la seva rapidesa de creació i a la seva fàcil reproducció així com a la seva capacitat de crear obres més artístiques. Blek le Rat és considerat el pioner d'aquest estil que ha influenciat a molts altres artistes. Nascut a París, va veure per primera vegada els graffitis quan va anar a Nova York al 1971 mentre era estudiant d'Arquitectura i els tags dels trens el van impactar de tal forma que va veure que havia de participar en allò. El seu treball mostra un ús constant de figures, la més coneguda de les quals és la rata, com indica el seu nom, és un treball crític i polític associat sovint a esdeveniments socials.

Les rajoles utilitzades per a pocs cada vegada tenen més èxit, sobretot a partir de les creacions de l'artista Invader³⁰, que ha fet d'aquest estil una moda. L'artista, el treball del qual conté l'essència de l'Street Art pel que fa a la recerca de materials i la forma d'adaptar-los als seus propòsits, s'ha dedicat a col·locar rajoles amb els caràcters propis del videojoc *Space Invaders*, arreu del món. A més fotografia i documenta a la seva pàgina web el que ell anomena les *Invasions* a partir d'un mapa de les diverses ciutats que ha envaït, fent de la web un element molt important en el seu treball. A més de les rajoles utilitza també blocs de *Rubik Cube* per a fer escultures, utilitzant els dos jocs, familiars per a qualsevol que hagi nascut als anys 80, per crear un contrast entre la modernitat i la nostàlgia, convertint el món en un tauler de joc. Les rajoles permeten que les peces puguin estar preparades ja del taller i que la seva col·locació sigui més ràpida. Permeten també crear mosaics i diferents composicions que per la seva presència tradicional en arquitectura molt sovint passen desapercebudes si no t'hi fixes.

Les intervencions fora de les parets també és un dels mitjans molt utilitzat pels artistes, que s'apropien de qualsevol element present en la ciutat com a suport per a les seves pintures. Els contenidors, les papereres, les boques d'aigua dels bombers o els passos de vianants són alguns d'aquests suports utilitzats. Un altre dels suports que els artistes utilitzen cada vegada més són les senyals de tràfic. A partir de plantilles o també a mà, alguns dels artistes han començat a fer de les senyals de tràfic un suport artístic, convertint allò que és un sistema de llenguatge molt habitual per a nosaltres en quelcom totalment diferent.

Últimament s'ha posat molt de moda el que es coneix com *Guerrilla knitting* és a dir l'art del ganxet. Estem molt acostumats a relacionar l'art urbà amb la pintura però tot i així existeixen intervencions com aquestes que parteixen de la llana i que són un dels casos més curiosos d'art urbà. Knit de City o Knitta Please són alguns dels col·lectius que es dediquen a decorar els carrers a partir de peces de ganxet de tots colors amb les quals embolcallen els elements del mobiliari urbà. El moviment va començar als Estats Units, però ara és present també al Regne Unit i als països nòrdics on intervenen també als boscos i parcs emplenant-ho tot de colors.

Una altra forma d'Street Art és l'escultura, que tot i que no estar tan generalitzada, compta també amb una història d'intervencions il·legals en tres dimensions. Des de Fluxus als happenings, molts artistes han utilitzat les tres dimensions per a realitzar treballs a l'espai públic, artistes com Allan Kaprow o Vostell ja van realitzar algunes de les seves intervencions sense autorització. En l'àmbit del grafiti, artistes com Phaze2 van començar a realitzar els seus

³⁰ *Space Invaders*. Invader (ed.) Web oficial d'Invader, 2008. Última consulta: 6 de març de 2014. <http://www.space-invaders.com/>

tags també amb fusta durant els anys 80 i altres com Charles Simonds, amb les seves architectures en miniatura al carrer, van anar més enllà. Actualment un dels artistes més coneguts en escultura és Mark Jenkins que treballa des del 2000 realitzant obres humorístiques, surrealistes o de temes més seriosos com el dels sense-sostre. En les seves obres utilitza de forma molt recurrent el seu cos per a crear motlles que després col·loca al carrer fent que les escultures semblin reals i sorprenguin a qualsevol que hi passi per davant. Hi ha també artistes com Darius i Downey que modifiquen elements del paisatge com els semàfors o les cabines de telèfon alterant-los o reproduint-los. En l'escultura, de la mateixa forma que en la pintura, l'entorn on es troba la peça té molta importància, completant-la de forma substancial.

Altres pràctiques artístiques com les instal·lacions, performances i intervencions diverses realitzades en l'espai públic de forma espontània com les peces teatrals, també se situarien dins l'Street Art. Tot i així aquestes accions tenen un punt de partida i unes característiques diferents a les que em centro, per aquest motiu aquest treball no hi he aprofundit.

3.2. EL PAPER DE LES NOVES TECNOLOGIES EN EL DESENVOLUPAMENT DE L'STREET ART

Als anys 80 l'art urbà va tenir força presència a Nova York, París, Amsterdam i Sao Paulo, però les intervencions no estaven relacionades entre si i quasi no va transcendir. Actualment aquest fet ha canviat i ara el fenomen està totalment interconnectat a nivell global gràcies a l'Internet i al paper dels mitjans de comunicació que ja des dels orígens van començar a apropar aquestes noves formes al públic en un principi de forma molt minsa però actualment gràcies al ressò que està tenint l'Street Art, ocupant diaris i revistes i pàgines web.

3.2.1. Els mitjans de comunicació

Els mitjans de comunicació conformen avui un important element de transmissió d'informació a la societat en general i en el cas de l'Street Art han contribuït a fer que aquesta forma d'expressió arribi al públic en general donant a conèixer a la gent quin és el panorama actual.

Els mitjans es van interessar per aquest fenomen ja en els orígens, quan els graffitis eren presents a tots els carrers de les ciutats. L'article sobre Taki 183 al The New York Times del 1971, va fer que molts joves que el van llegir es llancesin al carrer a dibuixar i també que la ciutat de Nova York s'adonés del que s'estava fent. El mateix va passar a París quan Le Monde al 1986 va publicar un article sobre Blek le Rat, el primer gran artista urbà d'Europa.³¹

Així doncs quan els fenòmens urbans apareixen als mitjans de comunicació afecten la realitat de dues formes diferents: fan que el públic general s'adoni que no són mostres aïllades sinó que tenen una importància i que els mateixos artistes s'adonin de que les seves intervencions arriben a la societat i es motivin a actuar. Aquest aspecte es veu reflectit en l'artista Shepard Fairey que va començar al principi amb uns pocs adhesius però que al sortir a la premsa per aquestes va començar a enganxar-ne arreu.

La campaña de pegatinas había funcionado tan rápidamente a nivel local que decidí salir a por Boston y Nueva York, ambas accesibles en coche. [...] Nunca pensé que pudiera tener impacto siquiera en Providence, y la pegatina de Giant me animó a intentarlo por pura casualidad. [...] una vez cayó la primera pieza de dominó, me convertí en un adicto y puse mis miras en la dominación mundial a través de las pegatinas.³²

Tot i així, no sempre la presència d'aquestes intervencions als mitjans de comunicació té efectes positius. En la majoria de casos els artistes no volen entrar en aquest espai mediàtic ja que consideren que pot portar-los a vendre's i aquest no és l'objectiu del que fan. En algunes ocasions fins i tot els articles sobre algun artista han ajudat a desemmascarar les seves intervencions. Va ser el cas, per exemple de les senyals de tràfic falses que l'artista de Madrid SpY, havia col·locat a la ciutat. Les senyals havien estat allà mesos sense que ningú se'n adonés fins que un article va parlar sobre la seva presència, i d'aquesta forma van ser retirades.

Així doncs, la presència de l'Street Art en els mitjans de comunicació sempre ha estat present i tot i que no amb la mateixa acceptació, actualment té un pes important ja que arriba a tothom de forma ràpida i directa a partir de notícies sobre aquest àmbit, treballs que han estat polèmics, anuncis de festivals o exposicions. Pel que fa a la difusió a partir de revistes o

³¹ Abarca, Javier. "El papel de los medios en el desarrollo del arte urbano." Asociación Aragonesa de Críticos de Arte nº 12, septiembre de 2010. Última consulta: 14 de març de 2014. <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=372>

³² Cotton, Steve. "Shepard Fairey". Art of the State, novembre 2007. Última consulta: 14 de març de 2014. http://www.artofthestate.co.uk/Graffiti/shepard_faurey_interview.htm

fanzines no ha tingut gaire ressonància, vist que la impressió és sempre molt cara. Tot i que algunes revistes com la francesa World Signs que si va tenir molt impacte no s'ha arribat mai a consolidar una revista important en aquest gènere.

L'exemple d'artista més rellevant en el camp dels mitjans de comunicació és Banksy que ha utilitzat els mitjans per a multiplicar la repercussió del seu treball de forma molt intel·ligent. Les intervencions de Banksy són pràcticament les que han fet que els mitjans centrin la seva atenció en l'Street Art i també el sistema de l'art i la cultura en general. L'artista ha aconseguit passar de ser un artista subcultural a ser un artista de mainstream.

3.2.2. Internet

A més dels mitjans de comunicació, el fenomen que ha contribuït de forma més substancial a la difusió de l'Street Art, és l'Internet. Tot i que alguns artistes rebutgen aquest nou mitjà ja que pensen que l'experiència directa és una part fonamental del graffiti, molts altres l'han acollit com a camp d'acció complementari i la majoria d'artistes tenen la seva pròpia pàgina web on penjen les seves intervencions. També cal destacar algunes pàgines web creades per grups o entitats que contenen arxius dedicats a obres de graffiti. Un exemple és *Art Crimes*³³, que s'ha convertit en el lloc internacional imprescindible per a difondre el talent d'alguns artistes a un públic més ampli. També hi ha la web de Wooster Collective³⁴, creada al 2001 per Sara i Marc Schiller. La missió d'aquesta iniciativa és descobrir i documentar l'art efímer col·locat als carrers de les ciutats arreu del món i difondre'l a través de llibres, conferències, exposicions i des de l'any 2003 en línia. La web mostra imatges, vídeos i comentaris que documenten l'art urbà. L'any 2006 van realitzar l'exposició *11 Spring Street* en un edifici abandonat al centre de Nova York definida per el The New York Times com una de les exposicions més sonades de l'any. Han publicat nombrosos llibres com *Trespass: a history of Uncommissioned Urban Art* de la Taschen i també han fet conferències en museus com la Tate Modern.

Internet s'ha convertit doncs en un banc d'imatges que permet que l'Street Art, en les seves múltiples formes i arreu dels països estigui interconnectat. Les fotografies digitals, com és evident, han suposat que aquelles pintades que eren de curta durada i que sovint

³³ *Art Crimes: the writing on the wall*. Susan Farrell (ed.) Art Crimes, 2013. Última consulta: 28 d'abril de 2014. <http://www.graffiti.org/>

³⁴ *Wooster Collective*. Sara Schiller i Marc Schiller (eds.), 2014. Última consulta: 19 de febrer de 2014. <http://www.woostercollective.com>

desapareixien en qüestió de dies, puguin perdurar en forma d'imatges. Aquests dos aspectes, Internet i la fotografia, han comportat que una persona a qualsevol lloc del món pugui estar al corrent d'allò que s'està produint arreu. De forma constant la gent interessada en aquest tema està penjant les intervencions que es van sumant cada dia. A més cal tenir en compte que moltes de les obres d'aquest àmbit es realitzen en barris perifèrics que són transitats només per a la gent del barri en concret de manera que d'aquesta forma poden arribar a ser accessibles a tothom.

El pes de la difusió de l'Street Art es dona doncs a través de l'Internet, ja sigui a partir d'aquestes webs o blogs que reuneixen imatges, articles i diversos documents, com a partir de revistes digitals, que també tenen un paper rellevant.

4. ESPAIS D'INTERVENCIÓ DE L'STREET ART

Com hem vist l'Street Art ha crescut d'una forma desmesurada donant lloc a múltiples pràctiques que es van desenvolupant constantment i ha passat de ser quelcom marginal associat a joves problemàtics i ambients tèrbols a ser considerat una pràctica artística. Contradictòriament, és a partir del moment en què és considerat art quan es trenca amb la seva noció original i també quan passa a ser absorbit pel sistema.

Allan Kaprow, precursor del happening, en un dels seus escrits va dir: "Western art actually had two avant-garde histories: one of artlike art and the other of lifelike art, (...) they represent fundamentally contrasted philosophies of reality"³⁵. Kaprow diferencia doncs l'art que està separat de la vida i de tot, que s'aïlla i es mostra com quelcom sagrat, de l'art de la vida, que està connectat amb aquesta i està al seu servei. Dins aquest últim s'hi pot encabir juntament amb el happening o les performance, l'Street Art realitzat al carrer, que no es presenta com un fenomen aïllat de la realitat sinó precisament incidint en aquesta.

La *Caixa Brillo*, a mig camí entre l'art i un producte de consum, per exemple, s'ha convertit en una de les icones de l'art de finals del segle XX gràcies a Andy Warhol, però perquè és considerada una obra d'art? Les imatges de producció en massa a les que estem sotmesos fan que les arts visuals busquin alternatives d'expressió, com va fer per exemple el primer videoart, apropiant-se de la tecnologia de la televisió per a fer una crítica al paper d'aquesta. L'art pop, en aquest context, reconeix que la vida contemporània es defineix per les imatges de producció en massa. "El arte pop no fue sino uno mas de los numerosos esfuerzos que a principios de los años 70 intentaron romper la barrera abierta entre el arte i la vida."³⁶ En el moment en que Warhol presenta la *Caixa Brillo* com a obra d'art no permet establir diferències entre art i realitat, però no només suposa això sinó una triple transformació pel que fa a la forma de fer art, al funcionament de les institucions i a la recepció del públic. A partir dels anys 60 l'art canvia de manera substancial donant lloc a expressions molt diverses que fan difícil discernir entre què és art i què no.

³⁵ Kaprow, Allan. *Essays on the blurring of art and life*. Berkeley : University of California Press, 1993; pàg. 201

³⁶ Danto, Arthur. *Mas allà de la caixa brillo, las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*. Madrid: Ediciones Akal, 2003; pàg. 14

En la concepció comuna, l'obra d'art s'identifica sovint amb l'existència de l'edifici, del llibre, de la pintura o de l'estàtua, independentment de l'experiència humana que hi és subjacent. Ja que l'obra d'art real és allò que el producte fa amb l'experiència i en ella, aquella concepció no n'afavoreix la comprensió.³⁷

Arran del trencament que suposen les avantguardes, es modifica la noció d'art i també la d'artista. A partir del segle XX l'art s'integra en la societat buscant una major interrelació entre l'artista i l'espectador, ja que aquest últim adquireix un paper que abans no tenia i es considera que és ell qui acaba l'obra. Les últimes tendències artístiques fins i tot perden interès per l'objecte artístic; l'art tradicional era un art de l'objecte, com es percep a la cita anterior, mentre que ara molts artistes es centren en el concepte i l'experiència.

Es comença a conceptualitzar un art que té com a centre la vida contemporània i les relacions que s'hi duen a terme des d'una vessant crítica. Pràctiques com la performance demanen una democratització en l'àmbit social, col·locant-se davant la institució artística i afirmant-se com obres que no són cosificables. L'art s'allunya de l'objecte i es lliga més a un esdeveniment, a una experiència. El Land art, per exemple, s'instal·la fora els museus i accentua la característica de la fugacitat, creant també obres no comercialitzables. El minimal i l'art conceptual en certa manera també tenen aquesta voluntat. Però no només canvia l'obra sinó també l'artista. El mite romàntic de l'artista és rebutjat, l'obra ja no es veu com una expressió de l'artista sinó que aquest lligam es trenca i l'obra s'independitza. Com va dir Roland Barthes: "La mort de l'autor és el naixement de l'espectador". Es trenca la història de l'art explicada com l'autor i la seva obra i es busca el sentit d'aquesta en ella mateixa i sobretot en l'espectador.

Entre aquestes pràctiques i nocions hi té lloc també l'Street Art, on la pèrdua de l'autoria de la que parla Barthes fa un pas més enllà en l'anonimat i els pseudònims i on la relació amb l'espectador té molta importància, ja que les peces es fan presents en el nostre espai quotidià i els significats que s'hi reflecteixen formen part d'una cultura comuna de la nostra època, de la mateixa forma que passa amb el pop, on en ambdós casos les fronteres del món de l'art i la cultura coincideixen³⁸.

Malgrat aquests aspectes, la multiplicació de les tècniques i els materials així com de les formes d'intervenció d'aquesta pràctica han donat lloc a sortides molt diverses mentre en l'espai públic moltes d'aquestes nocions hi són presents, en àmbit privat o institucional, es modifiquen o desapareixen. Actualment les peces a l'espai públic continuen sent les més

³⁷ Dewey John. *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós, 2008; pàg. 4-5

³⁸ Danto, *op.cit.*, pàg. 52

abundants però ara ja no només realitzades de forma il·legal sinó que també en ocasions promogudes pels mateixos Ajuntaments o per institucions. Els museus s'han apropiat també de l'Street Art oferint exposicions arreu del món i donant lloc a especialistes en aquest àmbit. Per últim s'ha de parlar també del mercat que s'ha generat al voltant d'aquesta pràctica, tan pel que fa a les peces artístiques presents a les galeries com a productes variats com gorres, pòsters o samarretes. Per la importància que té l'espai en les intervencions d'Street Art i graffiti crec que és un tema que cal abordar en aquests diferents àmbits.

Pel que fa al caràcter il·legal cal remarcar-ne la importància ja que ha resseguit la història del graffiti des dels orígens quan els artistes buscaven llocs de difícil accés per a pintar i havien de vigilar amb la policia, però malgrat abans qualsevol intervenció al carrer era penalitzada, ara aquest aspecte s'ha dissolt donant lloc a múltiples variants. En el cas de localitats com Londres per exemple, s'han enretirat molts graffitis considerats il·legals, però aquells de Banksy que conformen un reclam turístic per a la ciutat s'han deixat allà on eren tot i ser realitzats sense consentiment.

Es diu que els millors graffitis o peces d'Street Art es troben en el marc de la il·legalitat, ja que tenen unes connotacions polítiques i socials que es perden als que es troben dins el sistema institucional. Si ha d'afegir també que al carrer quan un artista realitza quelcom de forma il·legal ho fa segons les seves pròpies conviccions, establint una relació directa entre ell i la societat, sense normes ni imposicions, fet que en les intervencions lligades a una institució no sempre és així i en moltes ocasions els artistes tenen unes pautes a seguir, actuen dins uns espais marcats o es selecciona el que s'exposa i el que no. Amb aquesta ampliació dels àmbits d'actuació i de tècniques però, ha crescut la dificultat de determinar què és legal i què és il·legal i també ha provocat que moltes peces es trobin dins el marc de la il·legalitat, ja que en molts casos no hi ha una legislació que contempli segons quines intervencions sobretot quan parlem de l'espai públic, on potser no és del tot legal fer quelcom però tampoc està penalitzat. Tot i els pros i contres que tenen els diferents àmbits d'actuació, els artistes treballen tan en el marc de la il·legalitat com en el de legalitat i molt sovint dins de tots dos.

Aquest aspecte malgrat semblar poc important és molt rellevant pel debat que s'ha causat, ja des dels orígens del graffiti, al respecte. Ja als anys 80 els graffitis van ser restringits per unes lleis imposades per l'Ajuntament de Nova York i ara encara Ajuntaments com el de Barcelona tenen unes lleis restrictives molt fortes tanmateix es realitzen paral·lelament exposicions i intervencions dins l'àmbit legal en aquestes mateixes ciutats. Aquestes contradiccions fan que sigui important al estudiar l'Street Art observar les diferents intervencions ja siguin dutes a

terme en àmbit públic però de forma espontània i sense consentiment com en àmbit institucional.

4.1. L'ESPAI PÚBLIC URBÀ

Quan caminem pel carrer ens envolten múltiples imatges presents als aparadors de les botigues, a les tanques publicitàries o a les parets. La presència de l'Street Art en les seves múltiples formes, els graffitis, els dibuixos a les senyals de tràfic o les frases presents arreu, vives i modificades cada dia, fan que mentre passegem o ens desplaçem d'un lloc a un altre ens sentim atrets cap a aquestes formes d'expressió, que conformen una part important de la nostra cultura visual diària. "Es imposible mantenerse ajeno al contenido conceptual y artístico del texto callejero y esto se debe a que de alguna manera, el graffiti nos involucra a todos, tanto seamos los acusadores, como los acusados"³⁹. Com he dit, els precedents del que coneixem com a graffiti podrien ser les pintades a les coves o els escrits de Pompeia. L'home ja des dels orígens ha tingut la necessitat de compartir i expressar-se de forma pública deixant la seva empremta de forma que la decoració al carrer, malgrat la diversitat d'intenció i significat, ha estat present en tota la història. En el cas de l'Street Art els artistes converteixen el carrer en una gran tela on expressar-se ja des dels orígens del graffiti.

A Grècia l'espai públic ja tenia una importància rellevant, en les àgores la gent es trobava per parlar de política, filosofia i cultura tot i així aquest espai públic i la forma d'entendre'l ha canviat molt, sobretot des del segle XIX, quan la societat cada vegada s'anava fent més urbana fins al punt que actualment la meitat de la humanitat es concentra en les urbs. L'urbanisme es concep com un fenomen que va provocar que fos el sector econòmic en comptes de l'ideològic el que definís la societat, de forma que els espais de trobada socials públics van donar lloc als centres comercials, eliminant les relacions socials pel bé del consum⁴⁰. El creixement accelerat de les ciutats i el moviment de la gent fa que les persones que s'ubiquen en la mateixa ciutat siguin totes molt diferents tan de pensament com de formes de vida, moltes provenen de cultures varies i es mouen en diversos àmbits dins la mateixa ciutat, de forma que ens trobem

³⁹ Araujo, Carmen. "El Graffiti y su Simbolización Social." *Cifra Nueva*, nº 11, març 2006. Tesi, Universidad de los Andes, Trujillo. Última consulta: 28 d'abril de 2014. <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/18841>

⁴⁰ Manen, Martí. *Salir de la exposición (si es que alguna vez habíamos entrado)*. Bilbao: Consonni, 2012; pàg. 17

davant ciutats molt grans amb una població molt heterogènia. A aquesta pluralitat s'hi ha de sumar també el pas de la col·lectivitat cap a l'individualisme. Aquesta complexitat fa que sigui en les grans ciutats de tot el món on l'Street Art es manifesti de forma més intensa, mentre que en petites ciutats i pobles la seva presència passa més inadvertida.

Guy Debord a *La sociedad del espectáculo*⁴¹ fa una crítica a la societat capitalista als anys 60, però malgrat la publicació és del al 1967 la seva teoria és aplicable a l'actualitat on el terme d'espectacle que utilitza ens envolta més que mai. Amb la consolidació de l'estat del benestar i la societat del consum, el subjecte contemporani queda alienat, en termes marxistes, i totalment incidit dins els mecanismes del mercat. No podem negar la preponderància que ocupen els mitjans de comunicació o la publicitat i el protagonisme que tenen aquests dispositius en el domini de la nostra subjectivitat, podent transformar en qüestió de dies la consciència pública al voltant de qualsevol tema. Debord proposa algunes intervencions per lluitar contra aquest domini dins el moviment situacionista.

En un moment en què la gent se sent oprimida, en què la societat fa callar la veu individual i uniformitza la col·lectiva i la ciutat es va convertint en un lloc de finances i tecnologia, es reclama l'ús de l'espai públic com a lloc d'intercanvi comunitari. A partir del Maig del 1968, es va generar una nova actitud ciutadana contra les tradicionals formes de manifestació. La reivindicació, protagonitzada per estudiants i també per obrers en contra de la societat del consum ja va lluitar per una vida al carrer, que amb la urbanització anava perdent pes, és el que Gillo Dorfles denomina "reconquista de la calle como escenario"⁴².

Es realitzaran també a partir dels anys 50 i 60 pràctiques artístiques on la gent voldrà fer-se sentir, ja sigui des de la iniciativa personal o l'acció col·lectiva, és el cas per exemple de les performances, pràctiques que es realitzaran sovint en l'espai públic, o també tot i que és posterior, el graffiti, que comença a estar present durant els anys 70 de forma molt activa. Aquestes pràctiques permeten que s'estableixi un intercanvi immediat entre emissor i receptor, sense que hi hagi una jerarquia i sense cap mediació a partir de mecanismes amb l'objectiu de mobilitzar un canvi social o expressar una iniciativa o opinió.

Així el carrer es configura com un espai extraoficial de comunicació on s'estableix un diàleg espontani fora dels mass media institucionals que estan al servei d'una ideologia, sustenten el

⁴¹ Debord, Guy. *La société du Spectacle*. Paris: Éditions Gallimard, 1992

⁴² Dorfles, Gillo. "Pròleg". A Silva, Armando. *El Graffiti: una ciudad imaginada*. Bogotá: Tercer mundo editores, 1988; pàg. 13-16

sistema de domini i reprimeixen la lliure expressió del ciutadà.⁴³ D'aquesta forma, els elements que configuren el paisatge urbà, es carreguen d'un significat singular compartit per tothom i l'artista d'Street Art, que no es pot quedar fora d'aquesta realitat quotidiana, els utilitza per expressar-se. Davant la desaparició de l'espai públic, marcada per la privatització, els artistes reclamen doncs, una ciutat on la llibertat d'expressió ha de ser permesa.

De forma paral·lela a les imatges presents en l'àmbit públic, l'Street Art s'encabeix en aquest espai compartit sense passar in advertit. Segons els artistes que treballen en aquest àmbit, el més important no és l'espai sinó la forma com la gent s'apodera d'aquests llocs per a dir alguna cosa. De la mateixa forma que les escultures o els monuments commemoratius que trobem als carrers i places de la ciutat, apareixen altres formes artístiques bombardejant-nos de missatges. Amb tot, al contrari que aquestes formes més tradicionals de presència artística en l'àmbit públic que opten per la memòria i la construcció d'una identitat cultural, l'art urbà s'inclina per fer evident allò absent⁴⁴. L'artista fuig de l'espai sacre de l'art i l'apropa a l'escenari social, a l'activisme, al vandalisme i al joc visual rebutjant els models en el que tot es compra, es ven i es controla, posicionant-se al mateix espai que la publicitat però actuant de forma totalment contrària.

Tot i que l'activitat que realitzen els artistes dins aquest nivell segueix sent normalment una activitat clandestina i anònima, conté també una expressió artística digne, amb un gran valor històric i estètic. Els artistes usen el seu entorn per parlar, per plasmar el seu sentiment en ocasions col·lectiu, que busca penetrar en el públic i sensibilitzar-lo i també fer-lo sortir de la rutina trencant amb la homogeneïtat de les ciutats com diu aquesta ciutadana de Milà:

The real metropolis is the one with these buildings all in line, with its anonymous streets. . . . There are objectively depressing landscapes. They don't tell any story, and if you pass by at 8 in the evening, you see the TV lights, which give you the impression that your life is the same as thousands of other lives, since your home is the same as many others. Your big building in New Jersey is the same as a big building in London. I

⁴³ Figueroa, Fernando. *Graphitfraguen, una mirada reflexiva sobre el graffiti*. Madrid: Minotauro digital, 2006; pàg. 17-20

⁴⁴ Schiller, Mark i Schiller, Sarah. *Traspas. Historia del arte urbano no oficial*. Madrid: Editorial Tashen 2010; pàg. 82

think it is a kind of rebellion against this sensation of being homogenized. (Amelia, dweller, Milan).⁴⁵

Aquest fet de parlar en l'espai públic, permet als artistes dir el que realment pensen i donar la seva opinió sovint amb una voluntat crítica forta. És per aquest motiu, que algunes propostes d'Street Art que es donen paral·lelament al treball d'artistes considerats dins una vessant més crítica en el món de l'art com podrien ser les Guerrilla Girls, Krzysztof Wodiczko, Barbara Kruger o Martha Rosler, fent us d'estratègies alternatives provinents de la televisió, la publicitat, o els mitjans de comunicació per donar la seva visió crítica de la realitat, tenen relació. L'actuació de les Guerrilla Girls del 1985 al MOMA de Nova York, per exemple, en la que es van manifestar de forma esporàdica i fora de la programació del museu posant-se mascaretes de simi arran de la poca participació de dones en l'exposició *An International Survey of Painting and Sculpture*, es troba en consonància amb l'Street Art per la realització d'una pràctica artística al carrer a l'abast de tothom⁴⁶. Quatre anys més tard van col·locar el famós cartell *Do woman have to be naked to get into de Met. Museum?* davant el Metropolitan de Nova York. Tot i que les motivacions i objectius que impulsen els artistes a realitzar les seves obres són molt variades, la manifestació al carrer és el que els uneix i és en aquest espai on neixen i creixen les idees més revolucionaries i les formes més agosarades. Aquest és però, un dels problemes que ha tingut l'Street Art, ja que aquest caràcter crític i reivindicatiu ha portat a eliminar moltes peces i a complicar la relació entre els artistes i les autoritats.

Al carrer tot allò que envolta la imatge és important, la veiem en el seu context i no de forma aïllada, mentre que al museu, l'Street Art més polític i reivindicatiu és neutralitzat, entra a un espai diferent i queda desactivada la seva funció. És en el carrer on l'Street Art i el graffiti assolixen tots els seus objectius inicials i on es mostren amb totes les seves característiques, ja que es van pensar precisament per mostrar-se en l'àmbit públic i no en espais tancats. Lluny de la política dels museus o galeries, al carrer les peces apareixen del no res, d'un dia per l'altre, i també desapareixen al cap de poc temps, cosa que fa que trenquin amb el sistema artístic de conservació de peces úniques i originals. Canvia també la nostra percepció davant d'aquestes pintures, ja que l'experiència que podem tenir és molt diferent a la que tenim quan anem a un museu. En aquest últim, adoptem una postura i una forma de mirar diferent a la que tenim al carrer, no mirem igual al Louvre o al Prado on entrem al museu en silenci, mirem les obres lentament, estudiant-les, contemplant-les interiorment de forma quasi mística,

⁴⁵ Visconti, Luca, et al. "Street art, Sweet art? Reclaiming the Public in Public Place." *Journal of Consumer Research*, vol. 37, octubre 2010. Última consulta: 23 d'abril de 2014
<http://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/2010/Street%20Art.pdf>

⁴⁶ Vega, *op.cit.*, pàg.51

recorrem les sales i sortim com haguéssim fet un parèntesis de la vida quotidiana, que a un museu comarcal o al carrer. Aquesta actitud que ens condicionen les galeries i els museus ve marcada sobretot pel fetitxisme a l'objecte amb l'objectiu d'arribar a una comprensió profunda d'aquest. El museu s'alça com un temple de la història, al carrer en canvi aquesta actitud no hi és, caminant, enmig del soroll veiem una paret pintada, però no com un objecte al que admirar o venerar sinó com l'expressió d'una persona que ens vol dir alguna cosa, ho veiem més proper a nosaltres. "It could be argued that looking at art in the street, with its speed and real life context, is a more accurate reflection of the world in terms of the way we process information today"⁴⁷.

És important destacar dins l'espai públic com ha influït l'Street Art en la transformació dels barris. Primer com a símbol lligat a una identitat i a la desigualtat social, que tot i serà un tret definitori en el desenvolupament del graffiti actualment encara té vigència en alguns barris més perifèrics de ciutats com Madrid, però també com a agent de revitalització urbana i com a fenomen contribuent als processos de gentrificació.

En el cas dels graffitis van néixer lligats als barris més pobres i degradats de Nova York i durant els anys 80 i 90 la multiplicació d'aquestes formes va alterar la concepció de la ciutat. Així doncs, conèixer les característiques generals de les zones del graffiti és fonamental per a comprendre les condicions en les que es desenvolupa aquest tipus de pintura mural contemporània.⁴⁸ La modificació urbana que suposen aquestes formes artístiques lligades sobretot a la identitat d'un barri, ha estat objectiu d'estudi per a molts historiadors i sociòlegs, que afirmen que l'activitat cultural marginal, contribueix a la construcció i definició de la imatge pública d'una àrea urbana, alterant la imatge tradicional d'aquests espais. Els projectes d'ampliació urbanística de les ciutats des de finals del segle XIX van contribuir a la ordenació d'àrees, i els desajustos donats pel flux de població i el ràpid creixement van provocar que apareguessin noves identitats urbanes, caracteritzades sobretot pels barris. El graffiti se'ns mostra com un testimoni d'aquesta relació entre certs sectors de la ciutadania i l'entorn urbà, atorgant una identitat a cada barri al qual s'hi associen uns conceptes i valors culturals. Hi ha una diferència doncs entre les intervencions realitzades als espais d'extraradi i perifèrics i les del centre d'una ciutat diferenciant les àrees més industrials i marginades, i les zones amb més

⁴⁷ Lewishon, *op. cit.*, pàg. 127

⁴⁸ Henar, Jacobo "Street art y escritores de graffiti en el Casco Histórico de Zaragoza. Una nueva perspectiva artística en la Zaragoza contemporánea: de lo efímero a la voluntad de lo perdurable" a *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Fernández, Blanca i Lorente, Jesús-Pedro (eds.). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009; pàg. 289

prestigi⁴⁹. Viatjant amb tren, per exemple, aquest aspecte es veu molt clar ja que veiem prop de les vies mentre entrem a grans ciutats com poden ser Barcelona o Madrid moltes manifestacions artístiques a la perifèria de la ciutat, mentre que al centre aquestes manifestacions queden relegades als carrers laterals, però quasi mai als principals, dels quals són eliminades immediatament, ja que si apareix un graffiti a una paret, normalment es pintaran també les del costat. Aquest fenomen va ser plantejat en la Teoria de la finestra trencada⁵⁰, segons la qual una finestra trencada en una zona pot desencadenar la degradació d'un barri perquè envia un missatge a qui la veu i fa que es multipliqui la delinqüència a la zona. El graffiti va ser un dels principals protagonistes d'aquest estudi, que ens permet comprovar el lloc que ocupa aquesta pràctica en l'imaginari col·lectiu com a indicador de degradació i perillositat de l'entorn. Hi ha molts estudis també referits a barris o zones marginals de ciutats d'Amèrica Llatina, com Mendoza o Sao Paulo, on el graffiti ha tingut també un paper molt important en la configuració dels barris. Tots aquests estudis, no obstant es centren sobretot en el període dels anys 80 o 90, quan el graffiti va tenir un paper important en barris marginals i abandonats i quan la concepció envers aquest anava molt lligada a la delinqüència i a la desestructuració social. Ara aquest aspecte ha canviat a mesura que l'Street Art ha anat adquirint valor però hi ha tanmateix molta gent que encara el vincula a aquests aspectes.

Les actuacions en l'espai públic es produeixen per i en nom dels ciutadans per tractar temes que ens afecten a tots. Els artistes, expressant-se al carrer, transformen el disseny urbà, ens ofereixen la possibilitat de participació en l'espai convertint-lo en un camp cultural que afecta a tothom i ens mostren una ideologia que té a veure amb la transformació estètica dels llocs públics i també amb la recuperació de l'espai provocant en qui ho mira un reflexió crítica sobre el significat i l'ús d'aquest⁵¹. A través dels artistes, ja no només els d'Street Art sinó tots els que treballen en aquest àmbit, pot canviar el consum de l'espai públic.

Afirmativament l'Street Art ha contribuït a canviar l'espai, s'ha convertit en els últims anys no només en un senyal de degradació o en un dispositiu de revitalització urbana sinó també en un

⁴⁹ Figueroa, Fernando "Estética popular y espacio urbano: el papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio" Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 2007, enero-junio, vol. LXII, nº 1; pàg. 115

⁵⁰ George L. Kelling i James Q. Wilson. "Broken Windows: the police and neighborhood safety.", The Atlantic Monthly, 1 de març de 1982. Última consulta: 17 de febrer de 2014
<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/>

⁵¹ Visconti, Luca, et al. "Street art, Sweet art? Reclaiming the Public in Public Place." Journal of Consumer Research, vol. 37, octubre 2010. Última consulta: 23 d'abril de 2014
<http://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/2010/Street%20Art.pdf>

generador dels mecanismes que impulsen la gentrificació, ja que molts artistes treballen en barris que es troben en aquest procés i hi juguen un paper important. La gentrificació és un concepte necessari per a entendre les transformacions recents als centres urbans de les grans ciutats, lligat a qüestions polítiques de revitalització de sectors degradats, a la renovació urbana i als canvis en l'estratificació social propis del capitalisme. El terme sorgeix a la dècada dels 70 arran de la substitució de la població obrera d'alguns sectors urbans i l'aburguesament posterior d'aquests ara bé, actualment encara és vigent i coincideix, conviu i es relaciona amb altres processos de transformació urbana⁵². La reocupació d'un espai per part d'una classe socioeconòmica en detriment d'una altra és actualment un fenomen global que es dona a quasi totes les ciutats del món.

El paper de la cultura és un dels agents més dinàmics en els processos gentrificadors, sobretot arran de d'instal·lació i producció dels artistes, que converteixen l'espai en una zona dinàmica que atrau a persones de classes benestants com estudiants o professionals liberals que rebutgen les urbanitzacions de la perifèria i que prefereixen anar a viure a aquestes zones centrals atractives per la diversitat ètnica, l'autenticitat i també per l'espai cultural alternatiu que hi han aportat els artistes. Un dels elements claus en crear aquesta identitat cultural als barris en procés de gentrificació és l'Street Art, que al contrari que el graffiti que és vist encara com un símbol d'abandonament i hostilitat, ofereix un festival d'imatges atractives i amables⁵³.

Banksy al seu llibre *Wall and Piece* exposa la Teoria de la finestra trencada, de la qual he parlat anteriorment, i just al costat hi col·loca aquesta carta:

I don't know who you are or how many of you there are but i am writing to ask you to stop painting your things where we live. In particular xxxxxx road in Hackney. My brother and me were born here and have lived here all our lives but these days so many yuppies and students are moving here neither of us can afford to buy a house where we grew up anymore. Your graffiti's are undoubtedly part of what makes these wickers think our area is cool. You're obviously not from round here and after you've

⁵² Díaz, Ibán. "La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad." *Revista Bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona, Vol. XVIII, nº1030, 25 junio de 2013. Última consulta: 19 de febrer de 2014. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1030.htm>

⁵³ Abarca, Javier. "El arte urbano como agente facilitador de los procesos de gentrificaci3n." *Arte en el espacio p3blico: barrios artísticos y revitalizaci3n urbana*. Fernández, Blanca i Lorente, Jesús-Pedro (eds.). Zaragoza: Prensas Universitárias de Zaragoza, 2009; pàg.62-63

driven up the house prices you'll probably just move on. Do us all a favour and go do your stuff somewhere else like Brixton.⁵⁴

Aquest text ens permet comprovar com ha canviat la noció de la població envers el graffiti i l'Street Art, ja que mentre el primer feia que la gent de classe mitjana abandonés un barri, el segon fa que atregui aquesta mateixa classe. No obstant no és només una diferència entre les dues pràctiques, sinó també un canvi en la valoració d'aquestes al llarg dels anys. La carta també demostra com els barris on els artistes d'art urbà treballen, suposen un atractiu per a molta gent, i com aquestes formes d'expressió realment estan modificant les ciutats. El barri de Hackney, per exemple, on viu l'home de la carta, és un d'aquests barris antics que actualment està vivint un procés de gentrificació a causa de la gran quantitat de turistes que visiten la zona i de la gent que s'hi instal·la, desplaçant d'aquesta forma la gent que hi vivia.

A Barcelona tenim també un barri que constitueix un exemple en aquest procés de gentrificació i on l'art ha tingut un pes important en la renovació urbanística, el Raval. La rehabilitació d'aquest barri va començar a pensar-se a finals dels anys 80 ja que la situació era greu, hi havia una falta d'espai públic i infraestructures, els edificis estaven en males condicions, poca salubritat i també problemes de droga i prostitució. No va ser fins els anys 90 que va començar la reestructuració de l'anomenat Barri Xino dins les obres de millora del centre de la ciutat, impulsades pels Jocs Olímpics de Barcelona del 1992. No obstant, aquesta transformació està encara en procés. Al llarg d'aquests vint anys hi ha hagut un procés contrastat ja que malgrat aquesta àrea ha estat objecte de reformes de millora destinades a classes socials benestants, és al mateix temps una zona amb molta població immigrant que viu en vivendes sense condicions als carrers perifèrics del centre cultural⁵⁵.

La cultura ha tingut doncs un pes molt important en la rehabilitació urbana del barri promoguda per l'Ajuntament. Al voltant de la Plaça dels Àngels s'hi han instal·lat centres com el CCCB o el MACBA, galeries d'art i teatres i també facultats, residències d'estudiants i bars i restaurants, equipaments que s'han convertit en un focus d'interès per la ciutat i també pel turisme i que tenen una doble funció:

⁵⁴ Banksy. *Wall and Piece*. Londres: The Random House, 2005; pàg. 20

⁵⁵ Sargatal, Ma. Alba. "Gentrificación e inmigración en los centros históricos: el caso del barrio del Raval en Barcelona." *Scripta Nova*, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universitat de Barcelona, nº 96, 1 d'agost de 2001. Última consulta: 19 de febrer de 2014
<http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-66.htm>

De este modo, el Ayuntamiento de Barcelona apostaba por la creación de grandes equipamientos culturales que debían cumplir una doble funcionalidad: por un lado, ofrecer nuevos servicios culturales al conjunto de la ciudad; por el otro, favorecer la estrategia regeneradora del barrio del Raval. En relación con este segundo objetivo, las políticas de regeneración en el barrio se aproximan a las estrategias de regeneración seguidas en otros barrios considerados problemáticos de toda Europa y Estados Unidos, donde también la cultura y el arte han servido para modificar las dinámicas y procesos de degradación urbana.⁵⁶

Alguns sectors crítics però han denunciat que aquestes intervencions no s'adrecen a la gent del barri i que el procés de gentrificació està desplaçant la gent que viu en aquestes zones a causa de l'augment de preu de les vivendes.

Com he dit la transformació del barri del Raval encara segueix i cal parlar en el cas del paper que hi té d'art d'un exemple molt recent, la restitució del mural *Tots junts podem parar la sida* de Keith Haring. L'artista va pintar aquest mural el 1989 en una plaça que ell mateix va escollir al cor del Raval, que aleshores encara s'anomenava Barri Xino i estava molt degradat. La presència de les drogues era molt forta i Haring va escollir representar la sida, no només perquè li van diagnosticar a ell mateix sinó per a què la gent s'adonés que era quelcom que podia passar i que no s'havia d'amagar sinó tot el contrari. L'edifici on va pintar ara bé estava afectat pel Pla Especial de Reforma Interior del barri del Raval i s'havia d'enderrocar. Tot i així l'Ajuntament va encarregar un calc que va ser dipositat al MACBA⁵⁷. Aquest any 2014, vint-i-cinc anys després que Haring pintés el mural s'ha reproduït a una paret lateral a l'exterior del museu, com a reclam turístic, ja que l'artista ha adquirit molt de renom, i com a forma d'embelliment del barri, passant a ser un dels altres dispositius que generen una transformació del barri. Malgrat tot cal tenir en compte que és contradictori que l'Ajuntament de Barcelona, amb ordenances molt severes envers els graffitis i l'Street Art, promogui una actuació com aquesta.

La popularitat que està causant l'art urbà entre la població també modifica els barris de les ciutats d'una altra forma rellevant, està fent que grups de turistes es desplacin cap a zones que mai havien estat turístiques. Seguint amb el cas del Raval de Barcelona, aquest fet es fa

⁵⁶ Subirats, Joan i Rius, Joaquim et al. "Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central" Estudi impulsat i finançat pel CCCB, 2004. Última consulta: 19 de febrer de 2014 http://www.cccb.org/racs_gene/raval-cast.pdf

⁵⁷ MACBA. Omatech (ed.) 2014. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Fons de la Col·lecció. Última consulta: 4 de març de 2014. <http://www.macba.cat/es/todos-juntos-podemos-parar-el-sida-1465>

evident, ja que tot l'entorn del MACBA està transitat de turistes que van a visitar el museu o bé s'endinsen als carrerons buscant un barri més autèntic on l'Street Art hi és present. Les pròpies ciutats també s'estan aprofitant d'aquest reclam. Algunes com Londres han creat ja un mapa on apareixen marcades obres d'artistes d'art urbà, Banksy té per exemple un llibre on apareixen la localització i les fotografies de totes les seves obres d'aquesta ciutat⁵⁸, i per Internet es poden contractar visites guiades, realitzades d'una forma alternativa. A Berlin, grups d'artistes d'Street Art, a més de fer tallers i classes es dediquen a fer visites guiades per les peces més emblemàtiques de la ciutat, explicant qui les va fer i amb quina tècnica. Aquestes experiències alternatives s'estan posant de moda a les ciutats i molta gent interessada en el tema realitza aquestes activitats ja que és difícil anant sol trobar algunes de les peces situades en barris poc turístics⁵⁹.

4.2. LA INSTITUCIONALITZACIÓ DE L'STREET ART

A partir de la popularitat que ha tingut l'Street Art, alguns treballs comencen a estar assimilats i acceptats pel mercat artístic del qual comencen a formar part. El bon gust marcat per una elit dins l'àmbit artístic ha fet sempre que aquell tipus d'art innovador que sortia de la línia del que era considerat art i el que no, quedés fora del sistema. Tanmateix en la història de l'art hi ha molts exemples de rebuig seguits d'acceptació, com va passar amb l'impressionisme o amb l'art dels anys 90, de forma que generalment allò subversiu ha passat a formar part de la història de l'art oficial. En el cas del graffiti i l'Street Art, tot i que des de fa anys han entrat al mercat i malgrat estan sorgint propostes d'artistes molt interessants, el sistema artístic tendeix a relegar-los encara a l'art popular, si que alguns museus tenen algunes peces a les seves col·leccions però segueix sent difícil veure exemples de qualitat dins l'àmbit institucional que mostrin la realitat d'aquesta pràctica. Els artistes no obstant, s'han adaptat a aquest nou camp que se'ls ha obert i mentre alguns artistes són encara multats per les seves intervencions al carrer, uns altres són contractats per ajuntaments per a decorar algunes parets o comerços, o fins i tots exposen en museus o galeries.

A principis dels anys 80 els col·leccionistes d'art van començar a fixar-se en aquest tipus de pràctica i va ser així com els graffitis i l'Street Art van començar a formar part de la indústria

⁵⁸ Bull, Martin. *Banksy locations and tours*. Londres: Shell Shock Publishing, 2008

⁵⁹ *Alternative Subculture Underground Berlin Tours*. Vanessa Stoiber (ed.). Alternative Berlin Tours, 2014. Última consulta: 4 de març de 2014. <http://alternativeberlin.com/subculture-berlin-free-tour>

artística, constituint-se com un art molt modern i sofisticat que actualment té molt èxit, com demostren les nombroses exposicions que s'han realitzat en els últims anys.

Marcel Duchamp, un dels pioners del dadaisme, va començar a qüestionar-se juntament amb els membres d'aquest moviment els supòsits del que l'art ha de ser i de com s'ha de fer. D'aquesta forma va començar a presentar els objectes com a obres d'art, sovint objectes comercials produïts en massa i utilitaris, donant-los un nom i col·locant-los en museus. Els *ready made*, com ell els anomenava, van interrompre segles de pensament sobre el paper de l'artista com a creador d'objectes originals i sobre la noció que l'art ha de ser bell⁶⁰. La *Roda de Bicicleta* o la *Font* qüestionaven el pensament convencional sobre els processos artístics i la comercialització de l'art, i van deixar clar que és art allò que els experts o les institucions consideren que ho és. A partir del moment en què l'Street Art és institucionalitzat, passa a convertir-se en quelcom que té un valor, encara que perdi tota la seva essència i passi a formar part del sistema. Ha estat doncs a partir de l'apropiació del llenguatge per part dels mitjans i de les grans exposicions s'han dedicat a aquest fenomen, com la que va realitzar la Tate Modern al 2008, de la qual parlaré més endavant, que l'Street Art ha passat a ser quelcom valorat.⁶¹

En aquest punt, em centraré en algunes propostes relacionades amb l'Street Art que es donen primer i de forma més accentuada en els museus, però també en les promogudes pels Ajuntaments, basant-me en dos casos concrets un que té lloc a Girona i l'altre a Barcelona. Per últim parlaré també del paper que té l'Street Art en el mercat artístic i en el comerç de productes varis, centrant-me en Banksy com a cas per excel·lència.

4.2.1. Street art als museus

L'aparició de l'Street art als museus va començar quan alguns artistes van incorporar-se al discurs oficial i a rebre prestigi i diners pel que feien. Es van organitzar, i encara s'organitzen, exposicions al voltant d'aquest art, tan individuals com col·lectives que a més tenint molt èxit arreu. Un artista espanyol que actualment se situa en aquest context és Suso33. L'artista va començar fent pintures ràpides i il·legals a Madrid, amb les que es va fer famós, i ara és ja un

⁶⁰ *MOMA Learning*. Jason Persse (ed.), 2014. MOMA. Última consulta: 26 de març de 2014.

http://www.moma.org/learn/moma_learning/themes/dada/marcel-duchamp-and-the-readymade

⁶¹ García, Vanessa. "Graffiti de la calle al museo." *El Cultural*. 6 de desembre de 2013. Última consulta: 30 de març de 2014. http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/33745/De_la_calle_al_museo

dels artistes més coneguts internacionalment. Ha exposat al Reina Sofia de Madrid o al Museu Nacional d'Art Contemporani de Bucarest.

A mitjans dels anys 70 Nova York es va convertir en una gran metròpolis artística on van aparèixer en qüestió de pocs anys nombroses galeries, crítics, marxants d'art i col·leccionistes. Va ser també en aquest moment quan va emergir un art de la marginalitat que va apoderar-se dels espais urbans; murs, tanques publicitàries, boques de metro i trens van convertir-se, com he dit, en suports sense límits d'aquests traços d'expressió popular. Ràpidament però aquest art marginal va passar a l'àmbit institucional:

Lo espontáneo y popular, sin embargo, fue rápidamente absorbido por el mercado y la zona del East Village⁶² neoyorkino se convirtió en el caldo de cultivo del Graffiti Art protagonizado por artistas como Keith Haring, Rhonda Zwillings, Basquiat, Futura 2000 y Walter Robinson que, entre 1981 y 1982 pasaron de la sordidez de la cultura underground a la de las galerías.⁶³

En un origen, van ser els mateixos artistes que van començar a crear associacions com la Nation of Graffiti Artists (NOGA) o la United Graffiti Artist (UGA) a través de les quals organitzaven exposicions per a mostrar el seu treball i sobretot per a promocionar-se. La mostra que va tenir més ressò va ser l'exposició *Times Square Show* del 1980 on s'hi van barrejar de forma indiscriminada i anònima, sense que constés cap nom o títol d'obra, els treballs d'artistes professionals i també de pintors de graffiti desconeguts. Tot i així no hi havia només pintura sinó també escultura, films, vídeos i performances col·locant-se a mig camí entre el pop i el fluxus⁶⁴. Oberta les vint-i-quatre hores del dia durant un mes i dirigida a diferents sectors de la comunitat, el *Times Square Show* va suposar una fita important en la evolució del graffiti d'exposició i va centrar l'atenció del món de l'art a Nova York. Va ser a partir d'aquesta exposició, encara que molt criticada per la premsa quan els artistes van ser objecte d'un progressiu reconeixement i integració al sistema artístic. Cal destacar que l'expansió del graffiti es va produir doncs a mà dels mateixos artistes, desvinculats de la cadena institucional.

⁶² Zona de Nova York que als anys 70 es va convertir en un centre freqüentat per molts artistes, entre ells Andy Warhol, pels espais contraculturals i alternatius que hi havia.

⁶³ Guasch, Anna Maria. *El arte del siglo XX en sus exposiciones. 1945-1995*. Barcelona: Ediciones Serbal, 1997; pàg. 295

⁶⁴ Guasch, Anna Maria. *El arte último del siglo XX. Del Posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza Editorial, 2000; pàg. 369

Aquestes mostres dutes a terme en varis locals van cridar l'atenció dels crítics i arran de la popularitat que tenien, van donar lloc a l'aparició de les primeres galeries especialitzades en aquest àmbit com la Razor Gallery dirigida per Hugo Martínez, The Fun Gallery que va exposar obra d'artistes com Basquiat, Lee o Keith Haring, o la Fashion Moda, un espai alternatiu del Bronx⁶⁵. El que destaca d'aquestes primeres galeries i exposicions era el poc que els importava la forma de presentació de les peces que sovint es presentaven penjades sense cap mena de delicadesa, unes al costat de les altres, seguint el que s'havia presenciat al *Times Square Show* i mostrant que aquella forma artística era diferent a la resta. Cal destacar l'exposició *Post Graffiti* de 1983 a la galeria Sidney Janis⁶⁶, que va fer evident aquest aspecte exposant l'obra d'artistes ja integrats plenament aquest any al sistema artístic com Haring o Basquiat amb l'obra d'artistes que no eren gens coneguts.

Aquestes primeres exposicions, van suposar l'origen de moltes altres que van tenir lloc no només a Nova York sinó també a Europa. Al continent europeu el graffiti va arribar molt aviat sobretot perquè ja hi havia artistes com Blek le Rat que treballaven de forma molt activa i perquè el hip hop hi va tenir molt èxit, però tot i així va tenir poca ressonància institucional. Al 1983 es va realitzar l'exposició *Tendencias de Nueva York* al Palau de Cristall de Madrid, una exposició que volia presentar l'estat de la qüestió de la pintura Nord Americana després del minimalisme i el conceptual, i que comptava amb la presència d'artistes de diferents moviments i amb la de Keith Haring per a exemplificar les pràctiques artístiques provinents del graffiti. Era la primera vegada que Haring exposava a Europa, però tot i així no era una mostra exclusivament de graffiti, sinó que aquest en constituïa una petita part. La primera exposició dedicada a aquest àmbit en la seva totalitat va ser l'anomenada *Graffiti*, al museu Beuningen-van Boymans de Rotterdam al 1983, que mostrava el treball d'alguns artistes de graffiti que es dedicaven sobretot als tags. No va ser fins el 1991 però, arran de l'exposició *Graffiti Art. Artistes américains et français (1981-1991)* realitzada al Musée National des Monuments de París, considerada el primer reconeixement institucional de la tendència a Europa, quan es comença a admetre dins l'àmbit artístic de forma més accentuada. El 1991, va ser un any en que el hip hop i per extensió el graffiti van ser molt intensos i els museus van utilitzar aquestes pràctiques per a apropar l'art a públics allunyats dels centres culturals. L'exposició, va mostrar el treball de diferents artistes amb actituds molt diverses, des dels que creien que el seu treball en el museu havia de ser idèntic al del carrer, als que utilitzaven nous suports com teles o

⁶⁵ Lewishon, *op.cit.*, pàg. 42

⁶⁶ MOCA. Lyn Winter (ed.) The Museum of Contemporary Art, Los Angeles. Collection: Graffiti Art, 2014. Última consulta: 18 de febrer de 2014. <http://moca.org/pc/viewArtTerm.php?id=15>

altres formats, entre ells Haring i Basquiat⁶⁷. Aquesta exposició és molt rellevant ja que va ser la primera que va mostrar el treball conjunt d'artistes nord-americans i francesos que tenien en comú l'experiència de pintar als metros. Al 1991 cal destacar també la presentació de la primera gran exposició destinada únicament al graffiti d'Estats Units, realitzada a la Corcoran Gallery de Washington.

L'exposició, com a un dels instruments més importants de difusió i gestació de l'art contemporani del segle XX i XXI, confirma el procés d'acceptació per part de la crítica oficial d'un art que en aquest cas neix en un context no artístic i és protagonitzat per joves sense formació. Aquests són els primers exemples d'assimilació de graffiti en àmbit institucional tan a Amèrica com a Europa, i per tant el primer intent de fer d'aquesta cultura urbana una forma original i consumible, un producte cultural. Potser els artistes no eren conscients del que estaven inaugurant ni fins a quin extrem arribaria aquest salt al mercat, però és en aquest moment quan comencen a sorgir qüestions importants que encara actualment estan vigents. És legítim exposar l'Street Art? Com es modifica la seva naturalesa en el moment en que es descontextualitza? De quina forma s'ha de mostrar dins un espai expositiu?

Molts artistes, tant a Europa com a Estats Units, arran de la valorització d'aquesta pràctica i de l'aparició de galeries i museus especialitzats, prenen un altre camí en la seva trajectòria i actualment tot i que la majoria van començar al carrer, molts han passat a comercialitzar les seves obres. Aquest fet és degut a que veuen en la via comercial una sortida econòmica ja que cada vegada tenen més problemes per les multes, per l'adquisició del material i són conscients de la dificultat de dedicar-se professionalment a pintar sense l'ajut de les institucions. S'hi ha de sumar també l'ambició de participar del prestigi social del que gaudien molts artistes d'altres branques artístiques.

Un dels artistes que cal destacar com a pioner d'aquest salt del carrer a les institucions és Keith Haring, que juntament amb Basquiat, conforma un dels primers exemples d'artistes que gracies al contacte amb galeristes s'introdueixen a un àmbit diferent de producció artística, passant de pintar als metros de Nova York a en aquest cas a formar part de la Documenta 7 de Kassel al 1982 i de les millors galeries i museus del món. Tant Haring com Basquiat, tenien formació artística, fet que els va facilitar també aquest pas, encara que actualment hi ha artistes coneguts que són autodidactes. Haring va començar pintant les parets de Nova York on va començar a fer-se conegut però que també va suposar-li algunes multes i detencions, no

⁶⁷ Guasch, Anna Maria. *El arte del siglo XX en sus exposiciones. 1945-1995*. Barcelona: Ediciones Serbal, 1997; pàg. 302-303

obstant no pintava com els artistes de graffiti dels anys 70, sinó que les seves figures eren més senzilles i icòniques. “Aunque su actividad tenía lugar en el mismo escenario que el graffiti –el metro-, la actitud de Haring era muy distinta a la de los escritores.”⁶⁸ Aquest aspecte va fer que augmentés la seva popularitat entre la gent i va cridar l’atenció també del sistema de l’art. De mica en mica va accedir a les galeries del East Village, es va apropar al cercle d’Andy Warhol i el 1982 va realitzar la seva primera exposició individual a la galeria Tony Shafrazi, que va projectar-lo al mercat de l’art fent que al cap de poc les seves obres fossin ja molt valorades. El seu vocabulari creatiu basat en formes simples i caricaturesques, colorejades amb un cromatisme simbòlic i amb una influència pop, de J. Dubuffet i de F. Stella ha fet que les seves imatges siguin reconegudes arreu. Va exposar en centres com l’Stedelijk Museum d’Amsterdam (1986) o la Biennal de São Paulo, però malgrat tot no va deixar mai de practicar art al carrer⁶⁹. Cal destacar que al 1986 va obrir una botiga al Soho de Nova York, la *Pop Shop*, on venia objectes com camises, postals o pòsters amb els seus motius gràfics amb l’objectiu de que les seves obres poguessin ser adquirides per a un públic ampli i no elitista⁷⁰. Haring és doncs el primer artista que produeix obra d’art urbà pel mercat popular i és també un pioner en l’accés al sistema de l’art a través d’una prèvia acceptació popular i mediàtica. Arran de l’acceptació dins el mercat de l’art d’artistes com Haring, van començar a realitzar-se durant els anys 80 i 90 exposicions d’Street Art arreu del món, ja no promogudes pels mateixos artistes ni per galeries especialitzades en aquesta pràctica sinó també per museus que incorporen l’art urbà en les seves col·leccions.

Cal tenir en compte també no només l’aparició de l’Street Art als museus, sinó també als comerços, que van començar a encarregar a artistes la decoració dels seus locals. Als anys 90, quan els graffitis havien modificat per complet el paisatge urbà, alguns àmbits van començar a apropiarse de l’estètica que plantejaven aquestes pintades, entre ells les petites botigues de barri, que van començar a fer encàrrecs als artistes amb la intenció de modificar el seu local. La decoració externa d’aquests comerços és deguda a dos qüestions: la primera i més generalitzada per a evitar que algú altre pinti les persianes o exteriors com ha passat en molts casos, i la segona per atorgar una presència més juvenil i moderna als locals i cridar l’atenció al públic⁷¹. No només els comerços van utilitzar el graffiti amb aquest objectiu sinó també els

⁶⁸ “Keith Haring.” Urbanario: graffiti y arte urbano. Madrid: 15 de diciembre 2008. Última consulta: 2 d’abril 2014. <http://www.urbanario.es/articulos/articulo/art/keith-haring/>

⁶⁹ MACBA. Omatech (ed.) 2014 Museu d’Art Contemporani de Barcelona, fitxa Keith Haring. Última consulta: 2 d’abril de 2014 <http://www.macba.cat/ca/haring-keith>

⁷⁰ Guasch, Anna Maria. *El arte último del siglo XX. Del Posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza Editorial, 2000; pàg. 374

⁷¹ De Diego, *op.cit.*, pàg. 118

bars, pubs o discoteques, tots ells sense comprendre l'esperit del que estaven utilitzant com a decoració, sinó utilitzant l'estètica per als seus interessos i restringint d'aquesta forma la creativitat dels artistes, que en aquests casos estan lligats a l'encàrrec dels locals que demanen sovint formes senzilles i figuratives. Aquest aspecte es pot apreciar en els locals de barris com el Raval de Barcelona, on molts comerços han utilitzat l'Street Art d'aquesta manera, tot i així, malgrat aquestes petites intervencions presents en totes les ciutats, és en els museus i galeries on la presència del graffiti i de l'Street Art ha tingut més ressonància en aquests últims anys.

En el moment en que l'Street Art passa als museus i galeries, cal tenir en compte que es descontextualitza i perd el seu significat, és evident que no és el mateix que estigui al carrer o que es trobi en un espai expositiu. Al plantejar les característiques de l'Street Art una d'elles era el fet que actua en contra de l'objecte artístic tradicional com a mercaderia i contra el sistema artístic on tot es pot comprar i vendre. Aquest aspecte, en el moment en què es col·loca una peça en un museu, es perd pel fet que es transforma immediatament d'aquesta manera en una peça pel consum. Pel que fa a la descontextualització passa quelcom semblant. Ja he dit que l'entorn on estan disposades les peces en l'espai públic és molt important, en aquest espai estan obertes a tothom i sovint molts artistes treballen precisament amb el context polític, social o econòmic d'una zona, així com amb l'apropiació dels espais privats. Al museu aquesta relació directa desapareix, desactivant les peces i col·locant-les totes sota el mateix sostre, sense fer una distinció específica entre elles. Es desactiva també per tant l'aspecte crític i polític de les peces. Quelcom semblant passa amb les performances, ja que al ser accions efímeres, no es poden preservar en un museu, de forma que en moltes ocasions només es presenten les imatges o l'enregistrament d'aquests esdeveniments així com els elements físics que es van utilitzar, tot i que tot això no és l'obra en sí. Com museïtzar les performances és un debat present en molts museus, de la mateixa forma que és important tenir en compte quina és la forma d'exposar l'Street Art en un espai expositiu.

El canvi constant és quelcom definitori en l'art contemporani i en el moment en que tot és qüestionat, també es qüestionen els dispositius de contacte entre l'art i la societat. Quan Duchamp incorpora els ready mades com a possibilitat artística, quan Hans Haacke presenta obres vives, quan l'accionisme vienès genera les seves intervencions o quan Tino Segal proposa les seves accions es l'espai expositiu tot canvia i és necessari en cada cas replantejar l'ús i el format del dispositiu de presentació artística, ja que totes aquestes pràctiques fan quelcom que és difícil d'encabir en l'àmbit expositiu clàssic i en els sistemes artístics convencionals, no només perquè suposen un replantejament de la noció d'art sinó també de l'actitud dels espectadors davant d'aquest. Des del moment en què hi ha aquest flux en

constant moviment, l'exposició no pot encasellar i mostrar l'art com ho havia fet fins ara sinó que en cada ocasió s'ha de redefinir i s'ha d'adaptar als diferents sistemes de producció artística⁷².

A partir del moment en què un artista d'Street Art que realitza obres de gran format al carrer ha de participar en una exposició en un espai tancat, ha de canviar per lògica el format de les seves obres. Així molts artistes van començar a buscar nous suports que fossin més manejables i que fossin fàcils de traslladar. És per aquest motiu que alguns artistes han començat a crear sobre teles i s'han adaptat a un model més tradicional, cosa que per a molts significa una pèrdua de les característiques d'aquest art. Si que en la majoria de museus s'exposen obres d'aquesta forma, com si les peces fossin quadres o col·locant teles a les parets, però també n'hi ha que han adaptat el seu espai a aquest tipus de mostres per a ser més coherents amb la seva naturalesa. M'he centrat doncs en algunes propostes d'aquest tipus dutes a terme a Europa, per la impossibilitat de mencionar les de tot el món, en què els museus han intentat mostrar l'Street Art i el graffiti no desactivant-lo i neutralitzant-lo dins un espai aïllat sinó apropant-lo a la seva naturalesa i al seu context habitual.

Des del punt de vista del comissariat d'una exposició d'aquestes característiques, el propòsit de és no descontextualitzar les obres sinó apropar-les a aquelles persones que en el seu dia a dia no paren atenció a aquestes imatges que ens rodegen i que les veuen com una forma més de l'espai quotidià sense significació. El Museu d'Art Urbà de la Coruña en motiu de l'exposició *Postgraffiti, geometria y abstracción*, realitzada el 2010 a la fundació Caixa Galícia, va reflexionar sobre com traslladar pràctiques artístiques urbanes vinculades a un espai exterior a l'interior d'un espai expositiu. La proposta del comissari, va ser crear un format expositiu de documentació en forma d'arxiu on a partir de fotografies i vídeos on es relaciona el treball dels artistes amb l'espai per on van estar pensades les peces. Així doncs la funció de l'exposició consisteix en reconstruir la relació entre les obres i l'entorn, tenint en compte la importància que té el context pel funcionament de l'obra i la seva lectura.⁷³

La Tate Modern de Londres al 2008 va realitzar un projecte anomenat *Street Art*⁷⁴ una mica diferent a les exposicions que es realitzen normalment en aquesta institució. Va ser el primer comissariat que va utilitzar la famosa façana de l'edifici per una mostra, és a dir que l'exposició

⁷² Manen, Martí. *Salir de la exposición (si es que alguna vez habíamos entrado)*. Bilbao: Editorial Consonni, 2012; pàg. 75-81

⁷³ Antón Pardo. "De cómo o porqué exponer arte urbano." *A*Desk Magazine*, 60, 18 de maig de 2010. Última consulta: 9 d'abril de 2014. <http://www.a-desk.org/spip/spip.php?article533>

⁷⁴ *Street Art exhibiton*. Marc Sands (ed.) 2014 Tate Modern. Última consulta: 9 d'abril de 2014 <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/street-art>

no va tenir lloc dins el museu sinó al mateix carrer, posant de manifest que és en aquest espai on neix i on es dona aquesta pràctica artística. Sis grans artistes internacionals, entre ells Blu i Os Gemeos van pintar la façana de la Tate amb les seves intervencions i es va encarregar també a cinc artistes de Madrid que realitzessin algunes obres als carrers del voltant del museu. Així la mostra no es concentrava només al mateix edifici de la Tate, sinó que el visitant l'havia de continuar al carrer on ressegües, a partir d'un mapa que t'oferia el museu, *l'Street Art Walking Tour* amb el treball dels cinc artistes de Madrid. Aquesta proposta és fins a l'actualitat la mostra més rellevant d'Street Art duta a terme dins un dels grans museus del món.

Una proposta semblant realitzada en un museu és *Né dans la Rue*⁷⁵, 2009, a la Fondation Cartier pour l'art contemporain de París. Aquest espai, a diferència de la Tate, va pensar l'exposició no a l'exterior del museu sinó a l'interior, no obstant és una de les mostres més significatives en la qual els artistes que hi participaven van poder pintar totes les parets del local incloses les de les escales, les columnes, les parets exteriors i també els vidres. Així doncs s'hi van realitzar peces originals, efímeres i exclusives per a l'exposició, a més de presentar-hi fotografies, documentals i films dels primers moments d'existència del graffiti a França. Una mostra com aquesta i com la de la Tate, no presenten les peces com a objectes per a comercialitzar, ja que en cap de les dues són peces que la gent pugui comprar, sinó que el que fan és apropar aquesta tendència present a tots els carrers a la gent i l'accepten ja no dins el marc il·legal sinó dins la legalitat i com una pràctica artística.

El Kunsthalle Wien de Viena va realitzar al 2010 l'exposició *Street Art and Studio, from Basquiat to Séripop*⁷⁶ que es centra en la ciutat i el carrer com a llocs on l'art actual es crea i d'on els artistes treuen la seva inspiració, presentant doncs el treball d'artistes l'art dels quals està lligat a les cultures urbanes i suburbanes. En aquest cas l'Street Art era només un dels estils que s'hi mostrava juntament amb el Pop Art i altres, però la seva presència conformava una gran part de la mostra. Els treballs de Basquiat, com artista que treballa molt amb l'underground cultural i també musical, es col·locava al centre de la mostra juntament amb altres artistes com Haring o Blek le Rat per il·lustrar els inicis del moviment. La mostra malgrat exposar-se dins el museu tenia molt present que els artistes que s'hi exposaven estaven en

⁷⁵ *Né dans la rue – Graffiti*. Pierre Edouard (ed.) 2014 Fondation Cartier pour l'art contemporain. Última consulta: 3 de març de 2014
<http://fondation.cartier.com/#/fr/artcontemporain/26/expositions/294/toutes-les-expositions/640/ne-dans-la-rue-graffiti/>

⁷⁶ *Street and Studio*. Michael Wuerges (ed.) 2014 Kunsthalle Wien,. Última consulta: 9 d'abril 2014
http://www.kunsthallewien.at/?event=27638-street-and-studio_3726

total relació amb el carrer i amb la dimensió política que conté, i mostrava de forma evident la relació entre els artistes de graffiti i artistes com Andy Warhol dins el pop art, tot i així en aquest cas les peces mostrades si que estaven disposades de forma més tradicional.

A Alemanya, a la ciutat de Frankfurt, es va dur a terme una mostra diferent de l'austríaca organitzada per el Schirn Kunsthalle. L'exposició *Street-art Brazil*⁷⁷ de 2013, va convidar onze figures emblemàtiques de l'art de Brazil a pintar diversos llocs públics de la ciutat, col·locant un altre cop l'art al carrer i mostrant com de significatiu són les pràctiques d'aquest país dins l'Street Art d'arreu del món. Per evitar tancar en fotografies obres que van néixer a la via pública i aconseguir que la mostra sigues testimoni de la creativitat dels artistes, de forma semblant la alternativa de la Tate, els organitzadors van optar per exhibir els treballs al carrer començant per l'edifici del museu i pintant en altres parets del centre de la ciutat, alterant la quotidianitat que suposa per a nosaltres.

França és un dels llocs on més propostes d'Street Art s'han realitzat dins Europa, ja he parlat de l'exposició duta a terme al Musée National des Monuments Français al 1991, la primera que es va realitzar en aquest país. Arran d'aquesta van començar a proliferar diverses exposicions als museus i galeries així com especialistes dedicats a aquesta pràctica. *Né dans le Rue* va ser una exposició significativa, però més recentment al 2013 es van realitzar dos mostres de les que cal parlar.

La primera és l'exposició *Au-delà du Street Art*⁷⁸, realitzada a l'Adresse Musée de la Poste, que mostra unes setanta obres de tretze artistes famosos mundialment com Banksy, Shepard Fairey, Invader o C215. Com en les mostres realitzades a Paris de les que he parlat anteriorment, es mostrava primer una evolució històrica del moviment francès amb fotos dels pioners com Ernst Pignon, que ja treballava als anys 60, seguit de la primera generació d'artistes com Blek le Rat i a continuació mostrava el treball d'artistes contemporanis. La peculiaritat d'aquesta mostra és la quantitat de materials i tècniques diverses que s'hi representen, donant a veure la gran varietat que hi ha actualment. Ja he dit que les formes de l'Street Art són molt diverses, tot i així els museus es centren sobretot en pintura i l'esprai, que són els més recurrents. Aquesta exposició per contra mostra treballs amb lona, metall, resina o fusta i amb tècniques com l'stencil o les aquarel·les així com les rajoles característiques del

⁷⁷ *Street-Art Brazil*. Fabian Famulok (ed.) 2010. Schirn Kunsthalle, Frankfurt. Última consulta: 9 d'abril 2014. http://schirn.de/STREET-ART_BRAZIL_3.html

⁷⁸ Hinke, Fernanda. "Au delà du Street Art: exhibition at Musée de la Poste". *Underground Paris*, 5 de desembre de 2012. Última consulta: 11 d'abril de 2014 <http://undergroundparis.org/au-dela-du-street-art-exhibition-musee-de-la-poste>

treball d'Invader. D'aquesta forma permet que el visitant pugui reconèixer al carrer les nombroses pràctiques presents arreu i també li permet no donar per fet, que només existeix el graffiti realitzat amb esprai sinó que hi ha altres pràctiques que s'estan duent a terme.

La segona proposta i la més interessant duta a terme fins a l'actualitat és el projecte *Tour Paris 13*⁷⁹ que va revolucionar l'àmbit expositiu d'art urbà creant una exposició en un edifici de més de nou plantes que havia de ser enderrocat segons un nou pla urbanístic, en la qual van participar setze artistes internacionals. Ja que l'edifici poc després seria enderrocat, la proposta conservava el caràcter efímer d'aquest art, va permetre que els artistes utilitzessin qualsevol de les parets de l'espai per a les seves intervencions i a més no entrava dins el mercat, ja que tot i estar organitzat per institucions privades, cap de les obres es podia comercialitzar.⁸⁰ Mehdi Ben Chedikh, propietari de la galeria Itinerrance i organitzador del projecte, en una entrevista diu:

En la moda de l'art d'avui en dia, és necessari reformular la professió (...) l'Street Art, no pot ser restringit, penjar obres a una galeria i vendre-les, no tindria sentit. Necessitem crear coses noves, com museus a l'aire lliure o aquest projecte, això sí que te sentit.⁸¹

Dins d'Europa com he dit Londres i sobretot París són les dues ciutats que estan més el dia en Street Art, els museus més importants han realitzat exposicions relacionades a aquest àmbit i hi ha nombroses galeries especialitzades, a més s'hi ha realitzat molts projectes com el de *Tour Paris 13* a més de propostes de caire particular, des de tallers a visites guiades per les peces més emblemàtiques de les ciutats. Pel que fa a Espanya, actualment tenim artistes molt reconeguts internacionalment, però el ressò que té l'Street Art en les institucions encara és molt petit. Tot i que els grans museus de l'Estat Espanyol no han realitzat exposicions dedicades a l'Street Art, sí que hi ha hagut propostes de menys envergadura a les comunitats autònomes que s'apropen a aquest fenomen i que intenten revitalitzar la presència d'aquestes pràctiques a l'Estat. Una d'aquestes propostes va ser la realitzada per l'Institut Cervantes al 2011, anomenada *Gráfika*⁸². Una mostra dels treballs d'uns trenta artistes espanyols que es

⁷⁹ *Tour Paris 13*. Thomas Lallier (ed.) 2013. *Tour Paris 13*. Última consulta: 15 abril de 2014. <http://www.tourparis13.fr/destruction/src/>

⁸⁰ Fernández, Carmen Rosa. "París respira Street Art y después lo destruye." *El País*, 31 d'octubre de 2013. Última consulta: 15 d'abril de 2014 http://elpais.com/elpais/2013/10/31/eps/1383228813_915112.html

⁸¹ *Tour Paris 13*. Thomas Lallier (ed.) 2013. *Tour Paris 13*, entrevista a Mehdi Ben Chedikh. Última consulta: 15 d'abril de 2014. <http://www.tourparis13.fr/#/en/gallerist-interview>

⁸² *Gráfika, exposición*. 2014. Instituto Cervantes. Última consulta: 21 d'abril 2014 http://www.cervantes.es/FichasCultura/Ficha74815_00_1.htm

mouen en l'àmbit urbà, amb l'objectiu de traslladar el que passa al carrer a una sala d'exposicions per acostar-se al moviment global denominat art urbà.

4.2.2. Projectes impulsats per les administracions públiques

Davant el *white cube* apareixen altres formes de relacionar-se amb l'espai físic. Llocs no museístics com esdeveniments, festes, xerrades, accions, festivals i altres, múltiples formes per oferir la creació artística al públic més allà dels límits de l'exposició clàssica⁸³. Aquests últims anys s'estan realitzant nombrosos festivals i trobades al voltant de l'Street Art i el graffiti, la majoria organitzats per les administracions públiques, llocs on malgrat estar institucionalitzat, l'Street Art es realitza al carrer i està en contacte directe amb el públic que pot gaudir de l'experiència de veure els artistes realitzar els seus treballs en directe. En aquest apartat, per la proximitat que hi tinc i per la impossibilitat d'extendre'm, em centraré en dos d'aquests projectes. Un és l'Ús Barcelona realitzat l'1 de febrer d'aquest 2014 als Encants Vells de les Glòries a Barcelona, i l'altre és el Milestone Project, un festival que comprèn música, gastronomia, Street Art i pensament, realitzat a la ciutat de Girona des del 2012. Totes dues propostes així com altres festivals organitzats a ciutats de Catalunya permeten adonar-nos de com ha canviat la visió que es tenia de l'Street Art i del graffiti, contribuint també com han fet els mitjans de comunicació i els museus, a fer que la mirada envers aquesta expressió artística no sigui tan negativa sinó que es comenci a valorar com a llenguatge artístic.

4.2.2.1. Ús Barcelona

Barcelona fins a mitjans de la dècada passada havia estat una capital europea de referència de graffiti al carrer i comptava amb peces de molta qualitat d'artistes reconeguts internacionalment. Després d'una època en què la ciutat donava l'esquena a aquest art amb unes polítiques restrictives molt fortes sembla que últimament l'administració torna a apostar per aquest art, com demostren aquest any la restitució del mural de Keith Haring, del qual he fet referència, així com el projecte Ús Barcelona.

Aquest projecte es realitza amb l'objectiu d'aprofitar un espai en transformació de la ciutat com és el barri de les Glòries, en concret l'espai dels antics Encants, per a donar-li un nou ús, ja

⁸³ Manen, *op. cit.*, pàg. 17

que a causa dels canvis urbanístics aquests locals buits perden la seva funció social. A més de recuperar un espai pretén també difondre la tendència artística de l'Street Art i retornar-li el lloc que tenia a la ciutat⁸⁴. Més de cinquanta grafiters, muralistes, il·lustradors i artistes de ganxet es van concentrar en aquesta trobada global que a part de la realització de murals i escultures en directe va comptar amb tallers per a nens, col·loquis i un espai de exposició i venda de peces artístiques. La trobada estava pensada a més perquè la gent hi participés de forma activa, aportant la seva idea sobre alguns temes com el capitalisme o la globalització i podent també pintar alguna de les parets amb esprai. Cal remarcar que aquest espai d'aquí poc serà enderrocat arran de la intervenció urbanística que s'està realitzant a les Glòries, així doncs, és una intervenció efímera i es podrà veure només durant un temps des de les finestres exteriors, ja que l'espai es manté tancat.

Rebobinart, una associació que pretén canviar la forma d'entendre l'art urbà a la ciutat de Barcelona, és qui ha impulsat aquest projecte així com el projecte Murs Lliures que treballa per l'alliberació de murs als barris de Barcelona amb l'objectiu d'utilitzar-los per a pintar. Aquesta entitat treballa pactant amb les administracions per la promoció de l'art urbà i per la conscienciació de la gent, sobretot els més petits, al voltant d'aquest tema. A l'Ús Barcelona, han rebut la col·laboració de l'Ajuntament, iniciant amb aquest projecte una nova via als artistes a partir de la creació d'espais d'expressió per a l'art urbà regulats.

Malgrat haver-hi artistes de gran talent formats als carrers de Barcelona com Arys o Sixe que ara treballen per a tot el món⁸⁵ i malgrat els festivals que s'hi realitzen al voltant del tema, els artistes que hi ha encara tenen molts problemes per a poder pintar lliurement. Com diu Tone en una entrevista a la revista Directa: "L'ajuntament ho vol tenir tot controlat, truquen pintors estrangers per a pintar. Així donen la imatge de suport al graffiti mentre, per l'altre banda, als d'aquí ens foten la multa. Fan els X-Games i, després, persegueixen els skaters; pinten l'antic mercat de les glòries i, després, multen els grafiters."⁸⁶. Aquest problema amb l'administració pública és un dels principals motius pel qual els artistes es mantenen dins l'anonimat i molts no volen participar d'aquestes propostes, es queixen de la possibilitat que els donen de pintar en alguns espais uns dies determinats mentre que altres dies els multen. Però tot i així com diu Ocabrta, una artista de graffiti i il·lustradora: "Iniciatives com l'Ús Barcelona estan molt bé

⁸⁴ *Ús Barcelona*, dossier de premsa. Two Turbo Hamsters (eds.) 2014. Última consulta: 28 d'abril de 2014 <http://usbarcelona.com/es/prensa/>

⁸⁵ Benvenuty, Luis. "Es busca grafiter de Barcelona: artistes urbans formats en aquests carrers triomfen pel món" *La Vanguardia*, 29 de març de 2014, suplement Viure; pàg. 1-3

⁸⁶ Lao, Lourdes. "Graffiti: l'art ingovernable!: passat i present d'un moviment artístic que es resisteix als intents de domesticació de les institucions" *Directa* núm. 354, 19 de març de 2014; pàg 18

perquè la policia et pren els pots, et posen multes (...) però de vegades, no tens ganes de sortir corrents.”⁸⁷. Aquestes concessions que fa l’administració pública són a la vegada contradictòries i positives, ja que permeten als artistes pintar de forma tranquil·la grans parets de forma legal. Cal entendre també la impossibilitat per part de l’ajuntament de regular aquestes tendències i de fixar on es pot pintar i on no. És per aquest motiu que associacions com Rebobinart estan intentant establir un terme entremig entre la política de tolerància zero i la total permissibilitat.

Arcadi Poch, especialitzat en projectes a l’espai públic, reconeix que l’art urbà constitueix actualment un reclam molt important i que festivals com l’Ús Barcelona, que pretén trobar un altre lloc per l’any que ve, han de seguir endavant: “Ara Barcelona es comença a adonar que l’art urbà és un valor afegir, que fer de la ciutat una via de consum de cultura és un motor econòmic més poderós que els barrets mexicans. Però això és important que aquestes iniciatives tinguin continuïtat.”⁸⁸

4.2.2.2. Milestone Project

El Milestone Project va començar a Girona el 2012 amb la voluntat de crear un festival contracultural que tingués com a base l’art. El festival s’aixeca sobre quatre eixos culturals proposant una programació multidisciplinària; l’Street Art en constitueix una part però també la gastronomia, la música i el pensament, que fan que el festival adquireixi un sentit més complet.

Pel que fa a l’Street Art el presenten com un catalitzador del canvi del nostre dia a dia, un art lliure i gratuït que transforma els espais en desús i pretenen amb aquestes intervencions afavorir una mirada més positiva envers aquesta expressió artística.

El Milestone ha comptat amb alguns dels artistes de més envergadura del món com són Erica il Cane o Blu, artistes consolidats de l’art públic contemporani que han treballat a ciutats com Londres, París, Nova York o Berlín. Tots ells modifiquen en aquest festival espais amb poc interès com són parets buides o edificis sense ús localitzats a diversos punts de la ciutat, amb les seves intervencions, atorgant a aquests espais un ús estètic i reflexiu que proposa un diàleg amb els ciutadans. Durant més d’una setmana es pot seguir el seu treball a la ciutat veient dia

⁸⁷ Benbenuty, Luis. “Esprai sense esprint, Barcelona firma amb el festival Ús Barcelona una treva momentània amb l’art urbà de pintar parets”. *La Vanguardia*, 2 de febrer de 2014 pàg. 52

⁸⁸ Benbenuty, Luis. “Esprai sense esprint”. *op. cit.*, pàg. 53

a dia com avancen les seves peces, algunes d'elles permanents i altres efímeres, en un *work in progress* públic. Ja des de l'inici Milestone ha volgut col·laborar també amb artistes de la zona per oferir-los la possibilitat de treballar en igualtat de condicions que els artistes convidats, en dues de les edicions s'ha convidat a l'artista Malakkai, establert a Vidreres⁸⁹.

Un dels murals més reconeguts dels que s'han realitzat en aquests tres anys és el de Erica il Cane que s'ha convertit en la imatge del Milestone. L'artista va dur a terme aquesta intervenció el primer any del festival a un edifici prop de correus, on va pintar una *Cocollona* de més de 20 metres d'alçada, un animal mitològic mig cocodril mig papallona que simbolitza Girona.

Música i Street Art han estat els dos pilars fonamentals del festival, oferint una gran varietat artística a la ciutat, artistes com Chano Domínguez guanyador d'un Grammy que va participar a la segona edició del festival⁹⁰ o Antònia Font hi ha estat presents. La branca de pensament que forma part del festival l'acompanya amb una part més reflexiva referint-se a temes actuals sobre la nostra realitat i també sobre l'art públic urbà. Pel que fa a la gastronomia el Milestone vol potenciar aquest art amb menús especials en alguns dels restaurants de la zona. El 2014, en la tercera edició que es realitzarà del 9 al 20 de juny, la música i la gastronomia queden fora del festival que es centrarà en Street Art i pensament⁹¹.

Al ser un projecte que proposa la cultura de forma transversal amb diversos continguts artístics permet atraure diferents tipus de públic i complementa unes activitats amb les altres oferint diverses alternatives. El fet de que una ciutat com Girona es posicioni a favor de l'Street Art portant artistes reconeguts mundialment ens permet veure com les mateixes administracions s'adonen de la importància que té aquest art, i d'aquesta forma intenten col·locar Girona dins el mapa mundial en aquest àmbit. Però el més important és que la gent de la ciutat que està acostumada a veure aquestes pintades en les zones amagades o fora del centre –aparcaments, sota les vies, al costat de les carreteres- les comença a veure en edificis centrals i la seva noció sobre aquestes pintades canvia, veuen que no només vandalisme sinó que també té una importància estètica i reflexiva que va més enllà del fet de pintar una paret.

⁸⁹ *Milestone Project Dossier de premsa*. Comedia: comunicació y media 2014. Comedia SL. Última consulta: 20 de maig de 2014. http://www.comedia.cat/es/comediateca/milestone_project_2013

⁹⁰ Milestone Project, revista del festival, 2013, pàg.2

⁹¹ *Milestone Project*. Maewest Company (ed.) 2014. Última consulta: 20 de maig de 2014 <http://www.milestoneproject.cat/es/inicio/>

4.2.3. El mercat i les galeries. El cas de Banksy

Qüestionat durant anys doncs, el graffiti i l'Street Art han estat incorporats per la institució i també pel mercat del qual ara formen part malgrat la seva postura crítica envers aquest a la que es posicionen molts artistes. En els últims anys s'han produït dos fenòmens fascinants relacionats amb l'art urbà sobretot pel seu caràcter comercial: un del que ja he parlat és el seu potencial com a producte turístic i l'altre és com a producte del mercat artístic⁹².

Com a producte turístic estem assistint a un moment en què el graffiti pot ser un motiu per atraure turistes a les grans ciutats, tot i que aquestes encara no en siguin conscients i en moltes ocasions intentin eliminar els graffitis que s'hi realitzen. Amb tot i això no està encara articulats pels Ajuntaments però sí que grups particulars organitzen walking-tours a ciutats com Londres o Berlín que atrauen sobretot a turistes joves. A ciutats com Los Angeles, per exemple, s'estan creant rutes turístiques per a conèixer la ciutat a través de l'evolució dels seus murals. Cal destacar també una iniciativa que s'ha donat a Nova York anomenada *The Street Museum of Art (SMoA)*⁹³ un projecte realitzat per ciutadans que utilitza les mateixes tècniques de guerrilla utilitzades pels artistes per a elaborar una exposició al carrer a partir de textos col·locats prop dels murals on apareix informació sobre aquests a manera de carteles. Han realitzat ja exposicions a Montreal, Chelsea, Londres i Brooklin. Porten doncs el concepte del museu a l'exterior i ho fan sense cap permís sinó de forma particular i voluntària movent-se a partir de la seva pàgina web on posa: "Admission is always free and the hours are limitless", aixecant-se com si fossin un museu tal i com els coneixem però amb característiques molt diferents, com per exemple la falta d'un espai físic tancat, es posicionen amb una mirada crítica i alhora irònica davant aquests, que es fa present en les seves paraules.

Pel que fa al mercat de l'art, els artistes estan presents a les galeries i cases de subhastes al costat d'artistes consagrats. Banksy és l'artista que més encarna la puixança de l'art urbà dins aquest àmbit, sobretot arran del ressò mediàtic i la popularitat que va adquirir al penjar al 2005 algunes de les seves obres de forma il·legal a la Tate Britain i al Metropolitan de Nova York, així com al Louvre posteriorment. A partir d'aquestes intervencions va començar a ser conegut per a tot el món en part gràcies a la difusió que n'han fet els mitjans que recullen totes les accions d'aquest artista, i les seves obres van començar a entrar al mercat artístic,

⁹² Bviloria. "Street Art: de movimiento underground a las casas de subastas." Open circle, ingeniería cultural y creativa, 14 agost de 2012. Última consulta: 23 d'abril 2014. <http://www.discover-opencircle.com/469/street-art-de-movimiento-underground-a-las-casas-de-subastas/>

⁹³ SMoA. 2014. Street Museum of Art. Última consulta: 9 d'abril de 2014. <http://streetmuseumofart.org/about/>

arribant a unes xifres molt elevades com va passar al 2008 amb l'obra *Keep its potless* que es va vendre a Sotheby's per 1,2 milions d'euros o *Simple Intelligence Testing* que va sortir per 727,155 euros⁹⁴. Ha publicat també tres llibres, l'últim dels quals, *Wall And Pieces*, publicat per Random House ha venut més de 250.000 exemplars.⁹⁵ No obstant no és l'únic que ha entrat al mercat venent les seves obres a preus elevats, artistes com D*Face, Anthony Micallef, les obres del qual es venen per més de 379.000 euros, i altres com Space Invader o Swoon, li segueixen els passos, tots ells demostrant l'èxit que està tenint l'art urbà dins l'àmbit artístic. Persones amb molts diners com el mateix Damien Hirst compten en la seva col·lecció privada amb peces de Banksy. El reconeixement ha arribat també a Hollywood que al 2011 va nominar a un oscar el documental *Exit Through the gift shop* dirigit per Banksy.

Centrant-nos en aquest artista, va començar a pintar a Bristol però ràpidament la seva obra es va començar a estendre primer cap a Londres i després cap a la resta del món. Hi ha molts factors que han fet créixer la seva popularitat, l'ús de l'stencil com una forma expressiva i comunicativa, la ironia que utilitza, però alhora el caràcter simpàtic de les seves peces, també l'ús de les pràctiques publicitàries que per a nosaltres són reconeixibles i finalment el misteri que suposa el seu anonimats, fa que encara cridi més l'atenció com he dit exaltada en gran part pels mitjans de comunicació. Les seves intervencions han causat gran polèmica, des d'una de les seves primeres peces conegudes, el fragment fals de pedra prehistòrica que va col·locar al Museu Britànic on hi apareixia una persona amb un carro de la compra, que no va ser detectada fins tres dies més tard, fins a la seva intervenció al mur d'Israel que va ser declarada il·legal i que va comportar moltes crítiques a l'artista. La crítica al control polític i econòmic de la indústria mediàtica és present en les seves peces, el significat de les quals és quasi sempre evident, però tot i així el fet que utilitzi per a criticar les mateixes eines que utilitzen els mitjans fa que ens sigui difícil distingir des de quina posició juga si allò que ens vol dir és real o fals, tema en què centra el seu documental.

El procés d'apropiació i l'ús d'elements icònics significatius ha estat un recurs utilitzat per a molts artistes anteriors a Banksy⁹⁶. El dadaisme ja va començar amb l'apropiacionisme i a

⁹⁴ García Osuna, Vanessa. "Graffiti de la calle al museo." *El Cultural*, 6 de desembre de 2013. Última consulta: 30 de març de 2014.

http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/33745/De_la_calle_al_museo

⁹⁵ Collins, Lauren. "Banksy was here: the invisible man of graffiti art." *The New Yorker*, 14 de març de 2007. Última consulta: 23 d'abril 2014.

http://www.newyorker.com/reporting/2007/05/14/070514fa_fact_collins?currentPage=all

⁹⁶ De la Concha, Beatriz. *Los procesos de apropiación y significación en los graffitis de Banksy*. Tesi. Universitat Autònoma de Querétaro, Mèxic. Novembre de 2012. Última consulta: 23 d'abril de 2014 <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/821/1/RI000391.pdf>

descontextualitzar objectes i imatges, i Andy Warhol, interessat pel materialisme, la manipulació i el consumisme va començar per exemple a apropiarse i repetir imatges de consum, donant a les seves obres una naturalesa pròpia del consum de masses. Banksy utilitza també aquests recursos per evidenciar les contradiccions socials de la modernitat.

Una de les seves accions més conegudes és la que va realitzar a Nova York a l'octubre del 2013 quan va posar una parada a Central Park on venia les seves obres originals i signades per 60 dòlars. Va penjar després a la xarxa un vídeo on es veu que no va ser fins dues hores després de obrir la parada, quan una dona va comprar una peça; després de tres vendes més, la parada tanca. Cap de les persones que va adquirir una obra sabia que eren un Banksy i que aquelles peces valien molt més del que n'havien pagat. A més cal destacar que només quatre persones van comprar a la parada quan en una subhasta n'hi ha moltes que lluiten per aconseguir-ne una⁹⁷.

Pel que fa al documental *Exit Through the Gift Shop*⁹⁸ proposa un diàleg entre la trajectòria de l'art urbà, la seva relació amb el context actual i la seva posició respecte el consum però ho fa de forma que no sabem si és real, una crítica o una broma. Narra la història de Thierry Guetta un francès que pretén fer una pel·lícula sobre Banksy però que és finalment ell qui apareix com a protagonista i qui es llança a fer graffitis, hi apareixen també artistes com Space Invaders o Shepard Fairey. Guetta sota el nom de Mr. Brainwash, comença a crear-se a ell mateix com a artista, sense tenir coneixements d'art contemporani i aconsegueix entrar al mercat a partir de apropiacions, com la utilització del petó entre Madonna i Britney Spears, i tècniques de màrqueting.

El que es desprèn del film és que Mr. Brainwash, que exemplifica la manipulació que sofreix la societat del consum, és una marca creada per Banksy i Shepard. El documental qüestiona els mecanismes del sistema, com deixen clar tan el pseudònim del protagonista com el títol del film, el consum i la publicitat ens afecten a tots i sense ser-ne precisament conscients tots hi contribuïm. Banksy en una entrevista pel Time Out, va dir que es pot guanyar més fent publicitat anti McDonalds que dissenyant per la pròpia franquícia, i que ell el que fa és promocionar la rebel·lia, una actitud que atrau actualment a molt públic que pretén estar fora del sistema però que consumeix igualment, encara que sigui un antiprodacte, entra dins el

⁹⁷ Álvarez Dardet, Alfonso. "Un Banksy per 60 dòlars" *El País*, 14 d'octubre de 2013. Última consulta: 23 d'abril 2014 http://cultura.elpais.com/cultura/2013/10/14/actualidad/1381758662_497177.html

⁹⁸ *Exit through the gift shop*. Adam Eddie (ed.) 2013. Última consulta: 25 d'abril de 2014 <http://www.banksyfilm.com/>

mercat com un producte més⁹⁹. Tot i així no és que el mercat robi el sentit de les obres de Banksy sinó que ell mateix és qui es promociona creant polèmica per a entrar al mercat artístic.

Aquest fet és el mateix que passa en l'obra de Shepard Fairey artista que juga també amb la publicitat i les tècniques de màrqueting criticant-ho però alhora participant d'elles. Fairey va començar als anys 90 enganxant les cares d'André de Giant sota les quals hi ressaltava la paraula Obey, en certa manera com si retornés al llenguatge que utilitzava el *Tío Sam*, utilitzant un personatge icona i una ordre per induir la conducta col·lectiva. La tècnica que va utilitzar va ser posar la imatge del gegant a la seva pàgina web perquè tothom se la pugues descarregar i pogués convertir-se en publicista distribuint els seus adhesius arreu com una guerrilla de comunicació de màrqueting.

Així, la seva campanya de publicitat alternativa va aconseguir convertir el seu símbol en una marca underground i ara l'artista té una línia de roba i merchandising i treballa alhora com a dissenyador per a grans marques, és l'autor per exemple del famós pòster d'Obama que va utilitzar en la primera candidatura a la presidència. Segons l'artista, l'objectiu de la campanya era fer que el consumidor fos conscient del mecanisme que obeeix però des de dins, participant en la campanya i oferint-li una espècie de publicitat anti-publicitat i sent conscient de la seva conducta alhora de consumir símbols. Mostra com la correcta difusió de símbols i paraules que l'imaginari col·lectiu assimila poden servir per a manipular els mateixos que pretenen trobar un producte independent.

Artistes com Shepard Fairey i altres ens mostren doncs, com el graffiti no només es comercialitza dins el mercat de l'art sinó que també es venen infinitats de productes com camises, pòsters, sabates i altres objectes impregnats amb el segell de l'artista. Després de donar-se a conèixer per criticar els processos de globalització i infiltració de la publicitat als espais urbans, el graffiti s'ha adaptat a les demandes del mercat i opera quasi com una marca pública. Els artistes van començar fent graffiti com a reclam per la reapropiació de l'espai públic, però ara, aquest està tan envaït per la publicitat que el que sembla és que intentin fer una guerra gràfica utilitzant les mateixes armes que allò que critiquen.

De la mateixa forma que passa amb els museus, a Espanya tampoc hi ha moltes galeries especialitzades en graffiti i el mercat encara no té l'èxit que té a Anglaterra, França o Estats Units. Anna Dimitrova, directora de la Montana Gallery, una de les poques galeries de

⁹⁹ Heath, Joseph, Andrew Potter. *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Madrid: Taurus, 2005; pàg. 11

Barcelona dedicades exclusivament a l'art urbà i el graffiti, es refereix a l'escena de l'art urbà espanyol: "Hay artistas con un gran potencial aunque la mayoría tienen que irse fuera para darse a conocer y triunfar. Nuestro mercado es aún pequeño y poco definido"¹⁰⁰. A Madrid, trobem també algunes galeries dedicades a l'art urbà, com per exemple la Iam Gallery¹⁰¹, que se centra en artistes que treballen al carrer però també en la influència que tenen aquests en artistes de corrents artístiques contemporànies més tradicionals.

¹⁰⁰ García Osuna, Vanessa. "Graffiti de la calle al museo." El Cultural, 6 de desembre de 2013. Última consulta: 30 de març de 2014

http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/33745/De_la_calle_al_museo

¹⁰¹ *Iam ink and movement*. Alberto Martín (ed.) 2014. Iam Gallery, Madrid. Última consulta: 21 d'abril de 2014 <http://www.iamgallerymadrid.com>

5. CONCLUSIONS

L'estudi de l'Street Art en aquest treball m'ha apropat als seus orígens i a les característiques que el defineixen així com a conèixer algunes de les intervencions més importants que s'han realitzat, però també m'ha fet reflexionar sobre les contradiccions que hi ha entorn aquest àmbit i les carències amb què es presenta als espais expositius. L'art urbà és un fenomen que s'està posant de moda i crec que és un camp de treball molt interessant al qual no s'hi ha dirigit la mirada.

Un dels objectius d'aquest treball era aprofundir teòricament en la història del graffiti i de l'Street Art i conèixer les seves característiques així com l'evolució que ha seguit des dels seus orígens fins a l'actualitat. Primer de tot, ja hem vist que és molt difícil establir una distinció clara entre aquests dos termes a causa dels seus lligams. Tot i així podríem dir que s'encabeixen sota el terme d'Street Art totes aquelles pràctiques que comencen a multiplicar-se a partir dels anys 90 derivant del graffiti, però que ja no estan realitzades amb la mateixa tècnica ni tenen els codis que aquest tenia. Així doncs hi ha nombroses intervencions que es poden englobar dins l'art urbà, per aquest motiu és gairebé impossible establir una classificació tant dels artistes com de les peces.

En el moment en que es multipliquen les tècniques i les designem sota el nom d'Street Art, es produeix una nova forma de comunicació entre els artistes i els ciutadans, fet importantíssim per a poder entendre com han passat aquestes formes d'expressió a ser valorades, exposades en museus i a canviar estructures urbanístiques. Mentre el graffiti manté un llenguatge tancat, l'Street Art intenta arribar a tothom, per aquest motiu es col·loca molt proper a la publicitat. Malgrat molts dels artistes intenten subvertir els missatges publicitaris, el llenguatge que utilitzen és molt proper al d'aquests. Davant la sobreabundància d'imatges a la vida diària és difícil no reconèixer que ens sentim identificats amb el que les imatges publicitàries intenten dir-nos i que aquestes ens proposen una comunicació, més enllà de l'estètica, hi ha també components de transmissió d'idees i sensacions. Els artistes de Street Art ens mostren amb les seves intervencions que saben aprofitar aquestes tècniques per a aconseguir uns objectius que no són vendre un producte sinó cridar l'atenció, fomentar la interacció i transmetre una idea o missatge. Des del primer graffiti dels anys 60 la imatge s'ha desplaçat de la representació identificativa dels tags a la creació de conceptes comunicatius més complexes. Aquest fet ha provocat que molts de nosaltres ens sentim atrets cap a aquestes pràctiques que ens envolten, que adquireixin valor i que s'institucionalitzin.

En segon lloc, cal destacar que el terme Street Art va començar a utilitzar-se per a establir una diferència entre les pràctiques considerades vandàliques amb les quals s'associava el graffiti, de pràctiques com l'Street Art que volien ser rebudes com artístiques. El graffiti, marcat per l'anonimat, les intervencions il·legals i l'enfrontament amb l'administració pública, es veu encara amb mals ulls, mentre que els grans artistes d'Street Art realitzen intervencions promogudes pels ajuntaments i són coneguts arreu del món.

Quan comença a penetrar en la consciència pública acceptat ja com a tècnica artística, sobretot a partir dels anys 90, es van modificant molts dels paràmetres originaris i l'Street Art comença a penetrar en l'àmbit institucional, tan als museus com al mercat artístic. El segon dels objectius d'aquest treball era observar quin és el paper que adquireix aquesta pràctica en el moment en que és institucionalitzada i estudiar també com s'ha modificat en l'àmbit públic, així com diferenciar les funcions que adopta en aquests diferents àmbits en els que es desenvolupa.

En primer lloc, pel que fa a l'àmbit públic, els carrers continuen constituint l'àmbit on més art urbà podem trobar, formant un gran espai expositiu a l'aire lliure obert a tothom. Mentre que el graffiti estava associat als barris marginals i més degradats de les ciutats com un símbol de pobresa i abandonament conformant la identitat de cada barri, ara l'Street Art es fa present arreu revitalitzant els ambients on es fa present. És important tenir en compte com aquesta pràctica ha modificat l'urbanisme de les ciutats provocant que en barris on gairebé no hi havia turisme ara s'hi realitzin rutes guiades pels diversos graffitis, com passa a ciutats com Londres o Berlin. Ha contribuït també a la gentrificació d'alguns barris com el del Raval de Barcelona on aquest any s'ha reproduït per exemple el mural de Keith Haring *Tots junts podem parar la sida*.

La il·legalitat és un dels aspectes importants quan es parla de l'espai públic. Abans totes les intervencions eren il·legals i com he dit les restriccions a les que estaven sotmesos els artistes eren molt dures. Ara encara continua havent-hi aquesta política restrictiva per part de les administracions, és el cas de Barcelona on és molt difícil poder pintar en un espai tranquil·lament, però en els últims anys les administracions estan començant a fer cessions. A Barcelona per exemple aquest any s'ha realitzat el festival Ús Barcelona on els artistes disposaven d'un espai lliure on poder realitzar les seves intervencions i hi ha projectes com Murs Lliures que intenten establir un diàleg amb l'Ajuntament per a aconseguir murs on pintar. Cal tenir en compte la dificultat d'establir una legislació clara al respecte per la gran varietat de propostes que hi ha, tot i així, si que estaria bé no prohibir pintar a tot arreu sinó establir uns espais on fos permès. Hi ha també moltes pràctiques que es troben dins el marc de

l'al·legalitat, ja que ni estan penalitzades legalment ni són del tot permeses. Aquesta varietat d'intervencions en les que es realitza l'art urbà en l'espai públic, promocionades pels ajuntaments, encarregades pels comerços, o fetes per interès dels artistes, fa que sigui complicat distingir les pràctiques il·legals de les legals.

El segon lloc, el canvi més important que han sofert l'Street Art i el graffiti és la seva institucionalització, passant a formar part del sistema artístic i del mainstream. Artistes com Keith Haring o Jean Michelle Basquiat van poder, a partir de l'interès que van començar a adquirir les galeries, realitzar exposicions arreu del món. Ara aquest èxit s'ha fet evident en la publicitat, la moda, les exposicions i també les joguines. El món comercial ha respòs positivament a l'Street Art per el potencial estètic que té i perquè crida molt als consumidors més joves. Actualment els artistes tenen agències de disseny, treballen com artistes gràfics, o dissenyen roba o sabates, i els que han adquirit més fama internacional treballen arreu contractats pels grans museus o administracions públiques.

Encara que per a molts la mercantilització de l'Street Art embruta el seu missatge, penso que la comercialització d'aquest contribueix al seu poder. Sense el reconeixement del graffiti dins el món de l'art o de les galeries dels anys 80, el fenomen no hauria arribat mai a tenir el mateix efecte. Veure aquesta forma artística representada en objectes, imatges o pel·lícules fa que la gent accepti també les formes que hi ha representades al carrer. Tanmateix crec que moltes de les exposicions realitzades desactiven molts dels conceptes que hi ha d'haver rere una peça d'art urbà, per aquest motiu estic a favor de les propostes més innovadores com la que proposa *Tour Paris 2013* i crec que de la mateixa forma que hi ha un debat sobre com exposar les performances, s'han de buscar alternatives expositives en el cas de l'art urbà. Penso que a partir d'intervencions artístiques diferents, malgrat sigui un repte introduir-les en un espai expositiu, es poden dur a terme projectes molt interessants i diferents.

En els últims anys s'ha passat del graffiti a un moviment social i cultural molt més complex. Des dels murals al carrer que utilitzen l'art urbà com a instrument transmissor de protesta fins a les peces més estetitzades o les marques de roba creades pels artistes, l'Street Art participa en la nostra vida quotidiana, donant lloc a tendències molt diverses dintre les quals es poden englobar tan els canvis urbanístics com les grans subhastes o exposicions. Un àmbit complex on no hi falten les contradiccions, però també un camp on treballar per a obrir noves vies i modificar els prejudicis que hi intervenen.

6. BIBLIOGRAFIA

Abarca, Javier. "El arte urbano como agente facilitador de los procesos de gentrificación." *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*". Fernández, Blanca i Lorente, Jesús-Pedro (eds.) Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009; pàg. 53-64

Álvarez, Julián. *La universidad de Salamanca, arte y tradiciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1993

Banksy. *Existencilism*. Londres: Weapons of Mass Distraction, 2002

Banksy. *Wall and Piece*. Londres: The Random House, 2005

Báscones, Pere. "El arte público como agente de revitalización urbana mediante la participación ciudadana." *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Fernández, Blanca i Lorente, Jesús-Pedro (eds.). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009; pàg. 145-161

Benvenuty, Luis. "Es busca grafiter de Barcelona: artistes urbans formats en aquests carrers triomfen pel món." *La Vanguardia*. 29 de març de 2014, suplement Viure; pàg. 1-3

Benvenuty, Luis. "Esprai sense esprint, Barcelona firma amb el festival Ús Barcelona una treva momentània amb l'art urbà de pintar parets." *La Vanguardia*. 2 de febrer de 2014; pàg. 52-53

Bull, Martin. *Banksy locations and tours*. Londres: Shell Shock Publishing, 2008

Danto, Arthur. *Mas allà de la caja brillo, las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*. Madrid: Ediciones Akal, 2003

Debord, Guy. *La société du Spectacle*. Paris: Éditions Gallimard, 1992

De Diego, Jesús. *Graffiti. La palabra y la imagen*. Barcelona: Libros de la Frontera, 2000

Dewey John. *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós, 2008

Dorfles, Gillo. "Pròleg" a Silva, Armando. *El Graffiti: una ciudad imaginada*. Bogotá: Tercer mundo editores, 1988; pàg. 13-16

Figueroa, Fernando. *Graphitfraguen, una mirada reflexiva sobre el graffiti*. Madrid: Minotauro digital, 2006

Figueroa, Fernando. "Estética popular y espacio urbano: el papel del graffiti, la gràfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio." *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 2007, vol. LXII, nº 1; pàg. 111-144

Ganz, Nicolas. *Graffiti Women: Street Art From Five Continents*. Nova York: Editorial Harry N. Abrams, 2006

Guasch, Anna Maria. *El arte del siglo XX en sus exposiciones. 1945-1995*. Barcelona: Ediciones Serbal, 1997

Guasch, Anna Maria. *El arte último del siglo XX. Del Posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza Editorial, 2000

Heath, Joseph i Andrew, Potter. *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*. Madrid: Taurus, 2005

Henar, Jacobo. "Street art y escritores de graffiti en el Casco Histórico de Zaragoza. Una nueva perspectiva artística en la Zaragoza contemporánea: de lo efímero a la voluntad de lo perdurable." *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Fernández, Blanca i Lorente, Jesús-Pedro (eds.). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009; pàg. 289-302

Kaprow, Allan. *Essays on the blurring of art and life*. Berkeley: University of California Press, 1993

Keith Haring, the political line. Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris. Paris: responsable editorial Anne Montfort, 2013

Lao, Lourdes. "Graffiti: l'art ingovernable!: passat i present d'un moviment artístic que es resisteix als intents de domesticació de les institucions." Directa, núm. 354, 19 de març de 2014; pàg. 17-20

Lewisohn, Cedar. *Street Art, the graffiti revolution*. Londres: Tate Publishing, 2008

Manen, Martí. *Salir de la exposición (si es que alguna vez habíamos entrado)*. Bilbao: Consonni, 2012

Schiller, Mark i Schiller, Sarah. *Traspas. Historia del arte urbano no oficial*. Madrid: Editorial Tashen, 2010

Schwartzman, Allan. *Street Art*. Londres: Bantam Doubleday Dell Publishing Group, 1985

WEBGRAFIA

Abarca, Javier. "El papel de los medios en el desarrollo del arte urbano." Asociación Aragonesa de Críticos de Arte, nº 12, septiembre de 2010. Última consulta: 14 de març de 2014.
<http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=372>

Alternative Subculture Underground Berlin Tours. Vanessa Stoiber (ed.) Alternative Berlin Tours. 2014. Última consulta: 4 de març de 2014. <http://alternativeberlin.com/subculture-berlin-free-tour>

Álvarez, Alfonso. "Un Banksy per 60 dòlars" El País, 14 d'octubre de 2013. Última consulta: 23 d'abril de 2014.

http://cultura.elpais.com/cultura/2013/10/14/actualidad/1381758662_497177.html

Antón Pardo. "De cómo o porqué exponer arte urbano." A*Desk Magazine, 60, 18 de maig de 2010. Última consulta: 9 d'abril de 2014. <http://www.a-desk.org/spip/spip.php?article533>

Araujo, Carmen. "El Graffiti y su Simbolización Social." Cifra Nueva, nº 11, març de 2006. Tesi no publicada, Universidad de los Andes, Trujillo. Última consulta: 28 d'abril de 2014.

<http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/18841>

Art Crimes: the witting on the wall. Susan Farrell (ed.) 2013. Entrevista a Os Gemeos. Última consulta: 28 d'abril de 2014. <http://www.graffiti.org/osgemeos/index.html>

Badenas, Patricia. "Affiches y pintadas: la verdadera revolución del Mayo Francés de 1968." Dossiers Feministes, nº 12, 2008. Seminari d'Investigació Feminista, Universitat Jaume I; pàg. 121-136. Última consulta: 27 d'abril de 2014.

<http://www.raco.cat/index.php/DossiersFeministes/article/view/140711>

Blu sketch note book. Web oficial de Blu. 2013. Última consulta: 26 de maig de 2014.

<http://www.blublu.org/sito/video/001.html>

Bviloria. "Street Art: de movimiento underground a las casas de subastas." Open circle, ingeniería cultural y creativa, 14 d'agost de 2012. Última consulta: 23 d'abril de 2014.

<http://www.discover-opencircle.com/469/street-art-de-movimiento-underground-a-las-casas-de-subastas/>

Cadwalladr, Carole. "TED 2011 roundup: French creative JR launches global street art project." The guardian, 3 de maig de 2011. Última consulta: 11 de març de 2014.

<http://www.theguardian.com/media/pda/2011/mar/03/ted-prize-french-street-artist-jr>

Collins, Lauren. "Banksy was here: the invisible man of graffiti art." The New Yorker, 14 de març de 2010. Última consulta: 23 d'abril de 2014.

http://www.newyorker.com/reporting/2007/05/14/070514fa_fact_collins?currentPage=all

Cotton, Steve. "Shepard Fairey". Art of the State, novembre 2007. Última consulta: 14 de març de 2014 http://www.artofthestate.co.uk/Graffiti/shepard_failey_interview.htm

Debord, Guy. "Teoria de la deriva", Internationale Situationniste, vol.2. 1958. Traducció extreta de Internacional situacionista, vol.1 Madrid: Literatura Gris, 1999. Última consulta: 28 d'abril de 2014.

<http://www.ugr.es/~silvia/documentos%20colgados/IDEA/teoria%20de%20la%20deriva.pdf>

De la Concha, Beatriz. *Los procesos de apropiación y significación en los graffitis de Banksy*.

Tesis. Universitat Autònoma de Querétaro, Mèxic, novembre de 2012. Última consulta: 23 d'abril de 2014. <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/821/1/RI000391.pdf>

Dennant, Pamela. "Urban expression, urban assault, urban wildstyle, New York city graffiti." Thames Valley University, London, 1997 a Art Crimes. Última consulta: 26 de febrer de 2014. <http://www.graffiti.org/faq/pamdennant.html>

Díaz, Ibán. "La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad." Revista Bibliográfica de geografía y ciencias sociales, Universidad de Barcelona, Vol. XVIII, nº1030, 25 de juny de 2013. Última consulta: 19 de febrer de 2014. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1030.htm>

Didier Camargo, Alex. *El graffiti, una manifestación urbana que se legitima*. Tesis doctoral. Universidad de Palermo, 2008. Última consulta: 3 de març 2014. http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/34%20Camargo.pdf

Exit through the gift shop. Adam Eddie (ed.) 2013. Última consulta: 25 d'abril de 2014. <http://www.banksyfilm.com/>

Fernández, Carmen Rosa. "París respira Street Art y después lo destruye." El País, 31 d'octubre de 2013. Última consulta: 15 d'abril de 2014. http://elpais.com/elpais/2013/10/31/eps/1383228813_915112.html

Flores, Juan Pablo. *El graffiti esténcil como expresión postmoderna*. Tesis Doctoral. Universidad de las Américas Puebla, 2004. Última consulta: 17 de maig de 2014. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/flores_v_jp/capitulo1.pdf

García, Vanessa. "Graffiti de la calle al museo." El Cultural, 6 de desembre de 2013. Última consulta: 30 de març de 2014. http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/33745/De_la_calle_al_museo

George L. Kelling i James Q. Wilson. "Broken Windows: the police and neighborhood safety." , The Atlantic Monthly, 1 de març de 1982. Última consulta: 17 de febrer de 2014. <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/>

Gráfika, exposición. 2014. Instituto Cervantes. Última consulta: 21 d'abril de 2014. http://www.cervantes.es/FichasCultura/Ficha74815_00_1.htm

Hinke, Fernanda. "Au delà du Street Art: exhibition at Musée de la Poste". Underground Paris, 5 de desembre de 2012. Última consulta: 11 d'abril de 2014. <http://undergroundparis.org/au-dela-du-street-art-exhibition-musee-de-la-poste>

Hugues, Melissa. *Street Art & Graffiti Art: Developing an Understanding*. Tesis Doctoral, Georgia State University, 2009. Última consulta: 25 de febrer de 2014. http://scholarworks.gsu.edu/art_design_theses/50

I am ink and movement. Alberto Martín (ed.) 2014. Iam Gallery Madrid. Última consulta: 21 d'abril de 2014. <http://www.iamgallerymadrid.com>

JR Art. Alabaz Creative Difital Agency. Web oficial de JR, 28 d'abril de 2014. Última consulta: 11 de març de 2014. <http://www.jr-art.net/jr>

Kataras, Alex. *Advertising, propaganda and Graffiti art*, Tesi de Màster. University Saint Martin's London, 2006, a Art Crimes. Última consulta: 26 de febrer de 2014.
<http://www.graffiti.org/faq/kataras/kataras.html>

"Keith Haring." *Urbanario: graffiti y arte urbano*. Madrid, 15 de desembre 2008. Última consulta: 2 d'abril de 2014. <http://www.urbanario.es/articulos/articulo/art/keith-haring/>

Luz, camera, pixaçao. Edu Conceição i Ricardo Pirtanga (eds.) Última consulta: 11 de febrer de 2014. <http://www.luzcamerapichacao.com.br/>

MACBA. Omatech. 2014. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, Fons de la Col·lecció. Última consulta: 4 de març de 2014. <http://www.macba.cat/es/todos-juntos-podemos-parar-el-sida-1465>

MACBA. Omatech. 2014. Museu d'Art Contemporani de Barcelona, fitxa Keith Haring. Última consulta: 2 d'abril de 2014. <http://www.macba.cat/ca/haring-keith>

Milestone Project. Maewest Company. 2014. Última consulta: 20 de maig de 2014.
<http://www.milestoneproject.cat/es/inicio/>

Milestone Project Dossier de premsa. Comedia: comunicació y media, 2014. Comedia SL. Última consulta: 20 de maig de 2014.
http://www.comedia.cat/es/comediateca/milestone_project_2013

MOCA. Lyn Winter (ed.) 2014. The Museum of Contemporary Art, Los Angeles. Collection: Graffiti Art. Última consulta: 18 de febrer de 2014.
<http://moca.org/pc/viewArtTerm.php?id=15>

MOMA Learning. Jason Persse (ed.) 2014. MOMA. Última consulta: 26 de març de 2014.
http://www.moma.org/learn/moma_learning/themes/dada/marcel-duchamp-and-the-readymade

Museum of International Street Art. Judah Ray (ed.) MISA Museum of International Street Art. Última consulta: 11 de març de 2014. <http://www.internationalstreetart.org/>

Né dans la rue – Graffiti. Pierre Edouard (ed.) 2014 Fondation Cartier pour l'art contemporain. Última consulta: 3 de març de 2014.
<http://fondation.cartier.com/#/fr/artcontemporain/26/expositions/294/toutes-les-expositions/640/ne-dans-la-rue-graffiti/>

Sargatal, Ma. Alba. "Gentrificación e inmigración en los centros históricos: el caso del barrio del Raval en Barcelona." *Scripta Nova*, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona, nº 96, 1 d'agost de 2001. Última consulta: 19 de febrer de 2014.
<http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-66.htm>

SMoA. 2014. Street Museum of Art. Última consulta: 9 d'abril de 2014.
<http://streetmuseumofart.org/about/>

Space Invaders. Invader (ed.) Web oficial d'Invader, 2008. Última consulta: 6 de març de 2014. <http://www.space-invaders.com/>

Street-Art Brazil. Fabian Famulok (ed.) 2010. Schirn Kunsthalle, Frankfurt. Última consulta: 9 d'abril 2014. http://schirn.de/STREET-ART_BRAZIL_3.html

Street Art exhibiton. Marc Sands (ed.) 2014. Tate Modern. Última consulta: 9 d'abril de 2014. <http://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/street-art>

Street and Studio. Michael Wuerges (ed.) 2014 Kunsthalle Wien. Última consulta: 9 d'abril de 2014. http://www.kunsthallewien.at/?event=27638-street-and-studio_3726

Subirats, Joan i Rius, Joaquim et al. "Del Chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central" Estudi impulsat i finançat pel CCCB, 2004. Última consulta 19 de febrer de 2014. http://www.cccb.org/racs_gene/raval-cast.pdf

Tour Paris 13. Thomas Lallier (ed.) 2013. Tour Paris 13. Última consulta: 15 d'abril de 2014. <http://www.tourparis13.fr/destruction/src/>

Ús Barcelona, dossier de premsa. Two Turbo Hamsters. 2014. Última consulta: 28 d'abril de 2014. <http://usbarcelona.com/es/prensa/>

Vega, Bladimir. *Lenguaje visual publicitario como sistema de comunicación en el Street Art: creación y difusión*. Tesi doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Última consulta: 25 de març de 2014. <http://www.tdx.cat/handle/10803/96723>

Visconti, Luca, et al. "Street art, Sweet art? Reclaiming the Public in Public Place." *Journal of Consumer Reserch*, vol. 37, octubre de 2010. Última consulta: 23 d'abril de 2014. <http://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/2010/Street%20Art.pdf>

Wooster Collective. Sara Shiller i Marc Schiller (eds.) 2014. Última consulta: 19 de febrer de 2014. <http://www.woostercollective.com>

FILMOGRAFIA

Bomb it. Dir. Jon Reiss. Antidote Films i Flying cow productions, 2007

Exit trough the gift shop. Dir. Banksy. Coproducció GB-USA i Paranoid Pictures, 2010.

Style Wars. Dir. Henry Chalfant i Toni Silver. Public Art Films, 1983.

Wild Style. Dir. Charlie Ahearn. Submarine Entertainment, 1983.