

ARTE URBANO

Intervención Gráfica del Espacio Público

Por: Itzel Valle

"Yo pego,
tu pegas. Nosotros pegamos, ellos

despegan"

Casa de la Esquina

La esencia del Street Art es la apropiación gráfica de espacios públicos con un fin expresivo. Este ejercicio creativo también ha sido llamado post-graffiti por su estrecha relación con el arte del spray, pero como esa característica le limita a una técnica; en este texto, el concepto para designar al fenómeno de Street Art será el de Arte Urbano.

fotografía: Itzel Valle Diseño: Laura Rodríguez



El término surgió para definir el proceso de intervención gráfica en paredes y otras superficies de la ciudad. Usualmente es una acción clandestina; es decir, se realiza sin pedir permiso; es una actividad secreta y aparentemente anónima, que se distingue del graffiti territorial, el vandalismo y la publicidad por su característica lírica.

La omnipresencia reciente del Arte Urbano en las ciudades es innegable y se ha desarrollado de múltiples maneras pero es un movimiento internacional no sólo porque se da en los más diversos lugares del mundo sino porque hay artistas que viajan interviniendo las calles a través de las fronteras.

Es un arte efímero que se transforma con el paso de los días e incluye diversas técnicas. Los artistas se transforman en sus obras y se apropian de los espacios de manera sorpresiva dejando su marca en los más diversos puntos del gran laberinto.

Las motivaciones que les guían son diversas: el disfrute de la creatividad, la búsqueda de una identidad colectiva, la crítica social y política, el mundo comercial, el prestigio.

Y si bien por un lado, el arte urbano ha disminuido en las grandes capitales del mundo en donde se ha implementado la tolerancia cero, y en otras ha entrado a las galerías abandonando las calles como espacios expresivos; continúa apareciendo espontáneamente en los lugares más inimaginados.





Comúnmente se considera que la intervención urbana surgió en el París de los años sesenta y que fue Shepard Fairey quien, con la campaña "Obey Giant: el medio es el mensaje", impulsó su renacimiento por medio de plantillas, posters y estampas.

Sin embargo, la intervención urbana apareció anteriormente en la historia del arte en el trabajo de Jean Michel Basquiat y de artistas multidisciplinarios como Gaudí, Hundertwasser ó Kurt Schwitters.

Así mismo, se ha convertido en un fenómeno ampliamente explotado a nivel comercial y no solamente la publicidad se ha apropiado de su lenguaje, sino también del medio, como una manera de llegar al público que se desenvuelve en esos espacios expresivos. De esta manera, grandes corporaciones de tenis, chicles y alimentos chatarra desarrollan estampas y estenciles, y ocupan las paredes de una manera aparentemente fortuita.

Cabe notar sin embargo, que la cercanía que tiene con la ideología del movimiento de Arte Pop y a veces la tenue frontera que separa el arte de la basura gráfica, propician esta ambigüedad de lo comercial y la expresión social.

Existe una increíble variedad de representaciones simbólicas relacionadas al arte local y la cultura popular, y es posible encontrar intertextualidades a movimientos sociales y musicales, referencias a diversos personajes de la cultura de la televisión y del inconsciente colectivo, mounstros e insectos, seres del mundo infantil y diversas figuras de la historia de la cultura global.

En el caso específico de la Ciudad de México, la influencia del arte urbano desarrollado en medio de la crisis económica y social de Argentina ha sido una importante influencia, así como también lo han sido la gráfica contemporánea japonesa (anime, manga y arte poku), con Hayao Miyazaki y Takashi Murakami como principales exponentes, además de la energía del movimiento juvenil Emo, llamado así a partir de un estilo de rock-punk adolescente con líricas de una gran carga emocional.

El etnólogo Marc Augé propone en su Teoría de la Sobremodernidad, el concepto de No Lugar, espacios de tránsito masivo, vacíos de identidad, iguales en cualquier lugar del mundo: las avenidas, los aeropuertos, las estaciones de metro, los semáforos.

Son estos No-lugares y su inmobiliario, los sitios que los artistas urbanos intervienen. Los espacios de los que se apropian y que transforman con la intención de dar identidad al lugar por donde transitan, en el cual viven y en donde se comunican con.

El grafiti y las estampas pueden ocupar cualquier espacio y hay técnicas como el estencil y el póster que suelen encontrarse en barrios y zonas que se consideran de moda. Pero en si, toda la ciudad es un enorme lienzo. Es intrínseca la idea de la transformación y de que nada es permanente. Los espacios abandonados son recuperados y ocupados como sitios de expresión: fábricas, casas y locales deshabitados son convertidos en galerías de entrada libre aunque a veces arriesgada.

Se pueden hacer instalaciones, collages; imprimir directamente las imágenes en las paredes con radiografías convertidas en planillas; dibujar en una calca; serigrafiar; escribir; recortar; pintar con spray o acrílico; imprimir vía fotocopia o digitalmente en vinyl.

Aunque masivamente es considerado una actividad corrosiva que ensucia la ciudad, el arte urbano surge ante una necesidad de desaparecer el manto gris que con el pavimento y el concreto cubre la ciudad, de dar color y vida a un espacio muerto, de tomar un sentido en la existencia de la ciudad, de abolir la propiedad privada y recobrar el espacio público.

Esta libertad de expresión que presupone su anonimato ha brindado la posibilidad de la diversidad.. Un arte inmerso en la era de la reproducción técnica que describió Walter Benjamin; pero en donde la precisión y masificación de la imagen representa una posibilidad técnica con la que las calles se convierten en un museo vivo que florece en cada esquina.

