

Reflexión con respecto al cambio en el arte urbano: del delito al reconocimiento

Paula Resta Serrano | Historiadora del arte

URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/4915>

La percepción del arte urbano ha cambiado de forma notoria en los últimos años. En este artículo analizaremos dos temas sumamente interesantes: el arte urbano como publicidad y ganancia económica, y la simbiosis entre arte urbano e identidad colectiva.

Resulta interesante analizar cómo el artista urbano y su obra pueden tener un valor económico considerable. El ejemplo más claro en este sentido es la figura de Banksy, este anónimo artista que, según se cree, procede de Bristol (Inglaterra), ha pasado en unos años de ser un grafitero como tantos otros a que sus obras se conozcan en todo el mundo, se expongan en museos y galerías y se vendan por una cantidad astronómica. Al hilo de esta cuestión, cabe mencionar lo que mucha gente recordará, el video viral que circuló por las redes sociales en octubre de 2018, en el que se subastaba un dibujo de su famosa obra *Niña con globo* en la casa de subastas Sotheby's. Tras la venta de esta obra por más de un millón de libras, esta se autodestruyó hasta su mitad, por medio de una trituradora de papel escondida en el marco. Este hecho (la *performance* prevista por el autor, que nadie más conocía) lejos de hacer que la obra perdiese valor, causó el efecto contrario revalorizándola.

Con respecto a este último hecho se plantea una interesante cuestión: ¿Se mueve el arte urbano por la polémica o las excentricidades? Mi respuesta en esta cuestión es dual, sí y no. No hay que negar que en todo el arte en general, pero quizás en mayor medida en el urbano, atrae más la polémica. Esto es también gracias a la condición del ser humano y su gran curiosidad y sentido del morbo, por ejemplo, si una persona nos dice que no debemos ver lo que hay dentro de una caja, inmediatamente sentiremos ganas de averiguar lo que hay den-

tro de dicha caja. Pero aun así creo que esto es bueno, si una persona conoce una obra de arte urbano porque ha sido polémica y va a verla, puede, en ese momento, interesarse por ella o por el artista que la ha producido, lo que le podría generar un interés personal en el campo del arte urbano.

Esta cuestión hace que el arte urbano sea un medio publicitario muy potente, bien para los artistas o incluso para entidades, asociaciones e instituciones. Un ejemplo de esto lo veremos más adelante.

Tras esta cuestión cabe recordar una de las preguntas que se planteaban en este debate: ¿Por qué podría llegar a ser patrimonio cultural el arte urbano? La respuesta es clara, porque el arte urbano, como sucede también con una catedral o una pintura, puede crear un sentimiento de preocupación por ese bien y la propuesta de conservarlo. Es cierto que la mayoría de las personas visitan ciudades para ver iglesias o el museo local, pero hoy en día cada vez más gente se detiene frente a una obra de arte urbano o muestra interés en conocerla e informarse sobre ella. Es decir, la obra ya empieza a formar parte de la comunidad, a estar arraigada en ella.

A propósito de esta frase nos viene a la memoria una iniciativa llevada a cabo por el programa *El Hormiguero*, emitido en Antena 3. En esta iniciativa el programa iba a un barrio de la ciudad de Jerez, donde vivía una mujer llamada Rosa, según se cuenta en el vídeo¹ y debido al estado de salud de su marido, esta mujer muy querida en el barrio, se iba a mudar a otro lugar. El programa colaboró con el artista y fotoperiodista Juan Carlos Toro, que hace retratos gigantes de cantaores flamencos, e hizo una foto a la mujer y la plasmó en una pared cercana a su vivienda. El vídeo termina con Rosa y los veci-



Fotomural sobre Ángel Vargas "El Mono", de Juan Carlos Toro (Proyecto Presencias). Calle Canto, Jerez de la Frontera (Cádiz) | foto Tastwo

nos frente a la nueva obra, no pudiendo aquella contener la emoción.

Obviando la parte emotiva del video, esta iniciativa es ejemplo de cómo una manifestación artística pasó a ser una parte importante del barrio, porque representa u homenajea a una persona que era muy querida en el mismo, con lo que los vecinos al ver la imagen podrían recordarla y contarle a visitantes y nuevos vecinos sobre la figura de Rosa, aunque ella ya no viviese allí. Aquí vemos también un ejemplo de la utilización del arte urbano como medio publicitario, pues *El Hormiguero* no deja de ser un programa de televisión que necesita audiencia, y que puede captarla mediante este tipo de iniciativas relacionadas con el ámbito cultural.

Otro ejemplo en el sentido de arte urbano e identidad es el proyecto Luz nas Velas², llevada a cabo por el colectivo Boa Mistura en las favelas de Brasil, donde la comunidad participó activamente en la realización de las obras.

El principal problema del arte urbano es su conservación, en la mayoría de casos son obras de carácter efímero. Recuerdo una charla dada por Rubén Martín de

Lucas, antiguo miembro³ del mencionado grupo de artistas urbanos Boa Mistura, en la que decía al hilo de esta cuestión y sobre una determinada obra que "el récord de permanencia fue una semana, el que menos duró 18 minutos"⁴.

Con este prestigioso colectivo hay un suceso que resulta irónico y que denota el cambio que ha habido en el arte urbano en los últimos años. En el ya mencionado vídeo, Rubén hace mención a la gran dificultad que representa actuar en Madrid, pues es precisamente ahí donde les borraron una obra en tan poco tiempo. La ironía viene cuando años después el Ayuntamiento de Madrid les contrató para realizar una serie de frases en los pasos de cebra de la ciudad, lo que denominaríamos muralismo.

Sin duda, el arte urbano constituye un patrimonio que merece ser tenido en consideración, preservado, conservado y difundido. Porque, como ya hemos visto, forma parte de la comunidad y llega a ser una parte importante no sólo de la comunidad, sino también de sus gentes.

NOTAS

1. El homenaje a Rosa, la abuela coraje del barrio de La Plazuela de Jerez. *El Hormiguero 3.0*, 25 de abril de 2018. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=gtDaQTuBwGY>
2. Proyecto Luz nas velas, de Boa Mistura, realizado en São Paulo (Brasil) en 2012. Disponible en: <https://www.boamistura.com/proyecto/luz-nas-velas/>
3. Según la página web del grupo esta persona dejó de ser miembro en el año 2014 (<https://www.boamistura.com/bio/>).
4. Arte urbano para transformar: Boa Mistura at TEDx-Madrid. 9 de octubre de 2012. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=gKRNLXghU94>