

El grafiti en el museo: ¿Conflicto de culturas en el espacio de exposición?

Por Leonardo Ramos

(Especial, Londres). Reflexionar en torno al grafiti es pensar acerca de aquello que algunos teóricos denominaron "la sociodinámica del espacio urbano", o la problemática vigente en torno al mismo espacio expositivo de las obras de arte en los espacios propios del grafiti, con respecto a los oficiales que nos ofrece hoy día el denominado "mercado y ecosistema del Arte" en sus múltiples variaciones.

El grafiti se concibe, surge y continúa su desarrollo en el seno de las calles de las grandes o pequeñas urbes de todo el mundo, de origen popular y gratuito, va a enfrentarse de uno u otro modo a aquel arte institucionalizado o regido por las instituciones públicas o privadas que, por una módica cantidad de dinero, ofrecen al público un arte en el que los conceptos comerciales están presentes de forma cotidiana y constante, en base al sistema y economía capitalistas, en el que la mayor parte de la sociedad subsistimos.

No se trata tan sólo de la legalidad o no de la propia realización artística que, en el caso del grafiti se transforma en una acción fundamentalmente transgresiva, sino que la función y objetivos teleológicos hacia los que van a dirigirse en la práctica las obras de arte del grafiti, con respecto al resto a las denominadas "oficiales", expuestas dentro del mercado, serán como debemos presuponer, bien distintos.

Actualmente, en los museos se nos muestra un funcionamiento comercial muy simple en el que para ver arte hay que pagar dinero.

El grafiti en su género puro, sin embargo, es un arte urbano gratuito en el que el escritor de grafitis da a conocer su obra mediante la realización de firmas o piezas cuyo objetivo es el contacto directo con la sociedad, sin intermediarios, en un intento de darse a conocer mostrando sus dotes y calidad técnica, aún a costa de violar las normas del decoro o la propiedad privada o pública.

Las formas de arte tradicional implican, sin duda, indisolublemente, factores

económicos, comerciales y de conducta social de los que el grafiti al menos, inicialmente, adolece, debido a esa misma carencia de pretensiones económicas.

¿Es el grafiti, por tanto, una postura idealista frente a la realidad comercial vigente tanto dentro como fuera del Arte?.

Sobre todo, que esto se muestre como la prueba patente de que el arte vive fuera del mundo oficial del arte, que está al alcance de los no-artistas (los no-músicos, los no-bailarines, los no-pintores... los no-expertos del arte) y que alcanza un nivel contracultural, siempre y cuando se libere del discurso cultural, escape del ecosistema artístico.

El escritor de grafiti libera al arte del comercio, evidencia que el hombre puede asumir su entidad como artista sin tener que adoptar a la vez el papel comercial que se vende a su vez."

Sin duda, la última afirmación es, en parte cierta, aunque la cuestión fundamental sería debatir si realmente ese artista que cobra dinero por enseñar su obra está comerciando o es, simplemente, un producto de un determinado tipo de sociedad.

Además de preguntarnos, por no caer en ingenuidades, si cierta parte del grafiti mismo como forma contracultural; ¿no se está adaptando a ese mismo mercado que tanto criticaba en sus inicios, creando una relación distinta, mucho más flexible al mundo empresarial y económico?

Evidentemente, la respuesta no es simple, el conflicto cultural sigue presente entre dos formas de entender el mundo y, como no, el mismo Arte: la oficial y la extraoficial.

La problemática del espacio y de su uso, la libertad o la restricción existentes en aquel por parte de gobierno, instituciones y particulares... no son más que paradigmas que exponen, por un lado, las diferencias sociales o económicas actuales, demarcando claramente la posición de cada una de las clases sociales implicadas, sus conflictos de intereses y las creencias e idiosincrasia presentes en el modo de actuación y conducta particu-



Grafiti de Banksy.

lar de cada una en referencia a las otras.

Se deja entrever, por otra parte, el modo y funcionamiento del mundo contemporáneo del Arte, con ámbitos de actuación elitistas u oficiales en espacios controlados y comercializados como los Museos, galerías, tiendas de Arte y Antigüedades, etcétera que no hacen sino exponer al Arte como un producto comercial más.

El grafiti se ha constituido en los últimos tiempos en un marco de actuación político social fuera y dentro del mundo del arte, que muestra mediante su ideología antiburguesa la otra cara de la moneda, la de esa realidad oficial del mercado del arte que todos conocemos, ofreciéndonos una visión crítica (algunas veces paradójica) contra determinados presupuestos acerca del ámbito mercantil, empresarial o de conducta social en el que el Arte actual se haya implicado.

Al poner en duda o contradecir determinados presupuestos oficiales, va a mostrarnos no sólo esa lucha por la li-

bertad expresiva y la ocupación espacial, sino que en su propia autoafirmación expondrá, indirectamente, las condiciones de vida, control de producción y de la propia existencia que se dan, cotidianamente, en el seno mismo de la sociedad capitalista del siglo XXI.

De este modo, el grafiti expondrá una reflexión acerca de una situación social esencial en torno al mismo arte y al sentido de hacer "arte" por el mismo artista contemporáneo:

¿Se ha convertido el Arte en un mero objeto decorativo y mercantil como producto de la sociedad actual o el grafiti está intentando exponer otra salida para el futuro del mismo Arte (con mayúsculas), en esta sociedad de espacios controlados, eficiente, técnica y especializada?

Por ahora, y de acuerdo a las fotografías de las líneas históricas expuestas en el Tate Gallery de Londres, el grafiti ha sido incorporado a la historia oficial del arte contemporáneo.



Línea histórica en el Tate Gallery.



Beso de policías.