

(HIPER)VISIBILIDAD DE LO INVISIBLE. A propósito de Banksy

Montserrat Cañedo Rodríguez
UNED, España
mcanedo@fsf.uned.es

(Hyper)visibility of the invisible. About Banksy

Resumen: La ciudad y el arte contemporáneos comparten la dificultad de ser aprehendidos como totalidades compactas e integradas; también, el hecho de que las transformaciones de una y otro se hacen eco mutuamente, apuntando a un incoado “aire de época”. Tomando como base el último y polémico documental del famoso grafitero Banksy, reflexionamos en primer lugar sobre la estrecha relación entre creatividad artística y ciudad implícita en el desarrollo del *street art* o arte urbano. En segundo lugar, el documental nos sirve de pretexto para apuntar algunas condiciones de la actual mercantilización del arte urbano, así como una propuesta de lo que puede significar hoy en día hacer “arte” en la ciudad.

Abstract: Contemporary art and city share the impossibility of being considered as integrated wholes, and also the fact that their undergoing transformations are echoing one another, perhaps showing an implied *Zeitgeist*. Considering the last and controversial documentary film by the famous artist Banksy, we will discuss the close relationship between artistic creativity and city that is implied in the development of the so-called street art. Secondly, we will use the film as a pretext to point out some conditions of the present commercialization of street art, and also a proposal on what could the practice of “art” in the city mean today.

Palabras clave: Arte y ciudad. Banksy. *Street Art*. Mercantilización del arte
Art and City. Banksy. Street Art. Commercialization of art

Tenía ganas de trabajar en historias que crean grandes olas en el mundo.
 Kristinn Hrafnson, periodista islandés enrolado en el proyecto *Wikileaks*
 (Diario *El País*, 24/10/10)

Exit through the Gift Shop (Salida a través de la tienda de regalos) es el título que da nombre a un documental de Banksy y en cierto modo *sobre* Banksy (y digo en cierto modo porque el personaje principal de la película no es él). Director, actor, protagonista oculto, son solo algunas de las posiciones que Banksy ocupa en la película, posiciones múltiples que contribuyen a que después de verla, (y no hay más que leer los numerosos comentarios y críticas vertidas sobre el documental), uno salga del cine tal vez fascinado, pero seguramente también desconcertado. El famosísimo grafitero icono del *street art* no es en la película el varón inglés cuyo rostro –públicamente desconocido– se oculta dentro de la capucha de una sudadera, ni tampoco el personaje de un documental de ficción. O al menos no es solamente eso. Banksy es en el film una posición cambiante en un discurso sobre la creatividad y los destinos del arte contemporáneo. Este discurso no se reduce en absoluto a lo que a primera vista parece: una crítica que vendría a denunciar la transformación actual del arte en mercancía de consumo. Si la crítica *en el modo denuncia*, –tan característica del estilo documental–, presupone siempre una cierta exterioridad del sujeto (incluido el espectador) con respecto al objeto criticado, esta obra de Banksy, y “Banksy” mismo como conjunto de posiciones en el discurso artístico, no habla sino desde el mismo corazón de una sociedad contemporánea en la que el espacio del arte y el del consumo se han ido estrechando a lo largo de una frontera muy alargada. Su estilo es, así, el de la relación mimética¹ entre lo narrado y lo que representa; una mimesis que, más que reflejar un objeto definido (sea el arte, la ciudad o la cultura contemporáneas), lo difracta en distintas direcciones, en una red de asociaciones múltiples que sin embargo no se diluye en una poética del fragmento, sino que logra reconstruir la imagen de una totalidad oculta, incoada², que solo es captable de manera indirecta, aquí a partir de una experiencia estética. Una imagen fascinante de la ciudad de nuestros días.

De la Primera parte: los Artistas, el Fotógrafo, y de fondo la ciudad

Al comienzo, la cinta se presenta como una suerte de crónica fílmica de los artistas del llamado *arte urbano* o *arte callejero*, un movimiento que tomó forma a mitad de los 90 protagonizado por jóvenes grafiteros que en Bristol, Londres, Melbourne, Nueva York o los Ángeles definieron una práctica artística fuera de los circuitos institucionales, tomando como lienzo a la gran ciudad³. Pertrechados de pinturas, pegatinas, plantillas o esculturas “listas para montar”, los artistas salían buscando los rincones más visibles, o más inaccesibles, o directamente imposibles, donde fijar su obra, en el escenario de la gran ciudad nocturna, al ritmo veloz que imponía el carácter ilegal de una práctica considerada entonces poco más o menos que igual a ensuciar los muros de la urbe. La crónica está contada a tra-

1 Taussig, inspirado en Walter Benjamín, desarrolla de manera muy interesante esta misma idea de la mimesis, en su caso como estrategia de producción de textos antropológicos. (Taussig, 2003 y 2004), (Benjamin, 2005).

2 El antropólogo James Fernández define lo incoado como: “el sentido de la entidad al que recurrimos para expresar y representar, pero que nunca podemos asir [...] Es un concepto que busca sugerir la indefinibilidad última de esa totalidad sociocultural-personal, aunque es un concepto que se establece en esa indefinibilidad última, el “*fascinans*” que es el impulso hacia la recurrente enunciación e interpretación” (Fernández, 2006: 311).

3 Una reciente historia del arte urbano puede leerse en McCormick, Carlo; Schiller, Marc & Sara; Seno, Ethel, 2010.



**Una representación visual (e incluso “hipervisible” por el uso de ciertas convenciones visuales) del anonimato del artista urbano.
(Fotograma de la película.)**

vés de los ojos de Thierry Guetta, un tipo algo extraño, obsesivo, bulímico fotógrafo que no se separa de su cámara y que hará lo posible y lo imposible por conocer y luego acompañar a varios de estos artistas en sus escapadas nocturnas, documentando frenéticamente sus actividades, y sirviendo de coartada para que la película nos regale toda una “poética grafitera” de la gran urbe, bella, caótica y en movimiento perpetuo, y del individuo libre y apasionado, con toda la adrenalina de la juventud y de la vida “al límite” de lo legal. A pesar de que el documental genera de algún modo la expectativa de “tratar sobre Banksy”, este aparece como un personaje más entre los artistas filmados por Guetta, cuyo protagonismo –el del fotógrafo– va más allá del hecho de servir de catalizador.

Los grafiteros declaran ante la cámara una voluntad de expresión, una voluntad de estilo, que no se define ni quiere manifestarse en los circuitos artísticos, y que ellos asocian con la experiencia de lo veloz, de lo efímero, de lo cotidiano, de lo popular, de la mezcla de códigos, característico todo ello, de alguna manera, del *modus vivendi* en la ciudad contemporánea. De este modo, los artistas urbanos aparecen como tipos con una vocación clara de alejamiento de la “institución arte” desde un ataque directo y radical a la distinción –por decirlo a la manera clásica– entre la alta cultura y la cultura popular. El grafiti urbano pone sobre el tapete, como quien lanza un órdago, que el arte puede existir más allá de la institución a la que da nombre, e implícitamente apunta a la idea –tan contemporánea– del “artista interior” a cada simple ciudadano, a la idea de la creatividad como una constante de la especie humana, presente en las actividades y los espacios más corrientes y cotidianos. Aún así, las acciones de los grafiteros que Guetta filma no se disuelven en el millón de acciones expresivas que se crean y se destruyen cada día en la ciudad. Bien al contrario, van a terminar por llevar una marca de autor, como sucede con los mosaicos de Invader, o las imágenes de André el Gigante de Shephard Fairey. Esto alcanzará su expresión máxima en el caso de Banksy, el más famoso grafitero anónimo. El proceso de esta visibilidad de la autoría –que es paralelo al proceso de construcción del grafiti como “arte”–, pasa por una relación de estos artistas con los modos de visibilidad en la ciudad –con la ciudad de los *mass media*–, relación que aparece apuntada en la película desde el momento en que Guetta, el fotógrafo, se sitúa desde el principio en el centro de la trama.

La nocturnidad, la soledad de las intervenciones del artista, lo efímero de los materiales y de la misma duración de las obras del arte urbano, o la estética del anonimato, entre una serie de elementos que parecen subrayar una vocación de “autoría débil” o disuelta en el complejo y cambiante paisaje urbano, se mezclan con una clara voluntad de visibilidad de



**“Era como una gran aventura, llegar cada noche a lo alto de un edificio...
Era no sólo ilegal, sino también peligroso”.**
(Thierry Guetta hablando de sus salidas nocturnas con artistas callejeros.)
(Fotograma y cita de la película.)

estos artistas, que no se dirige al ámbito de la institución arte, pero que existe y se modula de distintas formas con respecto a los regímenes de lo visible en la urbe. En primer lugar hay una vocación que podríamos llamar de serialidad; las obras de un artista poseen un aire de familia entre sí. A veces hay incluso una obsesiva presencia del mismo elemento o elementos similares que el artista dispone en distintos lugares del espacio urbano y que, en la medida en que no son inmediatamente eliminados por los efectos de la climatología o los profesionales de la limpieza, permiten que un posible paseante urbano pueda establecer la relación entre las distintas obras de un mismo sujeto, aunque este sea anónimo (la “firma”, tan característica del *street art*, es un buen ejemplo en este sentido). En segundo lugar, la presencia de Guetta con una cámara en el medio de la relación hasta entonces solitaria del artista urbano con la ciudad es justificada por los protagonistas en base a un vago pero cierto deseo “de que alguien recogiera lo que estaba pasando, lo que estábamos haciendo entre todos”, y de que al mismo tiempo, también, “pudiéramos ver grabadas las reacciones de la gente [ante la obra recién pintada] cuando nosotros ya no estábamos allí”. La cámara, por lo tanto, permite modular distintos niveles de visibilidad, y aunque al principio se trata sólo de las grabaciones privadas de un fotógrafo excéntrico, ya está claramente presente la posibilidad de que con ese material Guetta produzca un documental, o cualquier otro producto visual que se difunda luego a través de las redes comunicacionales de la ciudad (lo cual, efectivamente, pasa en la película, donde vemos al fotógrafo montando sus imágenes y produciendo el documental). Más allá de eso, la relación entre la expresividad de los artistas y la mediación de la cámara lleva implícita la posibilidad de que si no es Guetta quien hace el documental, al final termine por hacerlo cualquier otro, –lo cual ¡también pasa en la película!, porque lo que efectivamente vemos, la película misma, no es el filme del fotógrafo, sino el de Banksy. Así, la película construye todo un juego de desplazamientos entre expresión– “arte”, cámara y ciudad, en el que vemos trenzarse los hilos que traman la condición del arte urbano en la gran urbe contemporánea.

Desde el “cualquiera puede ser artista” y desde el arte anónimo destinado a ser borrado cada mañana por las mangueras del servicio urbano de limpieza, la película nos va mostrando de qué modo el *street art* llega a ser conformado como otra vanguardia en el seno de la



Un juego de espejos entre la ciudad y el arte callejero.
Fotografía anónima (Google Images).

institución artística. Y sobre todo nos muestra cómo ese desplazamiento no es puramente externo o forzado desde fuera del universo de los artistas y sus prácticas, ni tampoco es una perversión de unos jóvenes “que dicen una cosa y terminan por hacer la contraria”, o que “se venden finalmente a la fama y el dinero”. El movimiento, la trayectoria que lleva al *street art* a la tienda de regalos del museo –a su comercialización, en suma–, a lo que apunta en realidad es a una confluencia de los presupuestos mismos de estos artistas (el arte como expresión cotidiana de un ser cualquiera, o el juego con los niveles de visibilidad de lo urbano mediático), con las dinámicas de una sociedad de mercado que produce constantemente objetos de consumo a partir del formateo de expresiones culturales que emergen en los intersticios de sus redes, gestados por lo que podríamos llamar, genéricamente, la creatividad popular⁴.

Banksy, como uno de los varios artistas urbanos a los que sigue con su cámara Guetta, encarna como ninguno esa “apetencia de visibilidad” que al mismo tiempo es profundamente subversiva de los códigos de lo mediático urbano. De todos, es el único que es anónimo –es decir, nadie sabe (públicamente, fuera de su círculo privado) quién es Banksy– y al mismo tiempo es, sin dudarlo, el más visible. Su obra parece destinada a salir en los media, porque directamente busca interpelar a la ciudad: cuelga una Mona Lisa con máscara anti-gas en la Tate Gallery, se las arregla para pintar un jardín que parece emerger detrás del muro de Gaza, coloca un muñeco que claramente simula un prisionero de Guantánamo en

⁴ Analistas como David Harvey han señalado cómo la idea de cultura está cada vez más entrelazada con la creación de rentas monopolísticas, porque las reivindicaciones de excepcionalidad y autenticidad que aquella sustenta sirven para dar forma a productos con cualidades distintivas y no duplicables, que son la base de la obtención de dichas rentas. La producción de rentas monopolísticas sigue de este modo una lógica según la cual necesita continuamente dejar emerger flujos creativos no mercantilizados para dar forma a nuevos productos, en tanto los ya excesivamente comercializados destruyen sus cualidades excepcionales, las que constituyen precisamente la base para poder obtener de ellos rentas monopolísticas (Harvey, 2005).



Mr Brainwash explica una de sus obras: “Cambié a Elvis. Tenía una guitarra, y le puse un juguete de Fisher Price. La pieza se llama “Don’t be cruel”.
(Fotograma y cita de la película).

plena Disneylandia...⁵ Se trata de acciones que juegan en el modo de lo hipervisible, por más que nadie sepa quién es Banksy. Su hipervisibilidad –que sólo es un desplazamiento más en esa relación entre arte, cámara y ciudad–, le convierte finalmente en un artista cotizado, y así Banksy aterriza de repente en el corazón de la institución arte, al tiempo que su obra está destinada a ser pasto de *merchandising* de museo, repetida *ad infinitum* por las redes tentaculares de la ciudad de las cámaras. Pero esto ya es asunto de la segunda parte del documental, donde la mimesis entre la narración y el modo de ser de la relación arte/mercado alcanza su paroxismo.

De la Segunda parte: los Destinos del arte en la ciudad de las mil Cámaras.

Hacia la mitad la película intensifica el vértigo del desplazamiento y da una vuelta entera sobre sí misma. Ahora los artistas urbanos pasan a un segundo plano y la trama pasa a ser la historia de Thierry Guetta, que a estas alturas ha decidido –al fin y al cabo ¿por qué no?– que él también es “artista urbano”. Y se lo monta a lo grande. Lo primero es darse un nombre: Mr. Brainwash. Y lo segundo, aprovechando que la proyección mediática del *street art* ha empezado a despertar el interés de la ciudad por el asunto, es organizar una gran exposición de su obra en Los Ángeles. El hecho de que no tenga propiamente “obra” no parece ser un problema (en eso habíamos quedado, después de todo), salvo en la necesidad de producir mucha a una buena velocidad (aunque ahora la policía no le ande pisando los talones), para llegar a tiempo a la inauguración de la exposición. Así que el artista alquila unos antiguos estudios de cine, contrata a un grupo de “becarios” artistas que se traen sus portátiles y compra unos cuantos catálogos de imágenes que se dedica luego a cortar y pegar y superponer en lienzos, papeles o paredes, remedando un estilo a medias pop, a medias copia de los varios grafiteros a quienes conoce bien. Todo al ritmo trepidante que impone la fecha de apertura que se echa encima, y en una atmósfera que mezcla el estudio de un inspirado expresionista abstracto con una imposible estética pop-punk, y una factoría de producción de mercancías y trabajo en cadena. La exposición es un éxito rotundo, si por éxito se en-

⁵ Una de sus más recientes “actuaciones” ha sido su comentada participación en la creación de un episodio de la serie de animación *The Simpsons*, donde en una secuencia final muestra un taller de explotados trabajadores asiáticos dibujando escenas y manufacturando *merchandising* de la propia serie, secuencia que se ha leído como una crítica a la misma productora de *The Simpsons*, que externaliza una parte importante de la producción de la serie a Corea del Sur.



Políticas urbanas del grafiti.

La presentación del documental en el Festival de Cine de San Sebastián 2010 coincidió con la aparición en la ciudad de un grafiti “al estilo Banksy”.

“El Ayuntamiento donostiarra ha decidido esta tarde mantener el grafiti que se le atribuye a Banksy y saltarse así la normativa municipal que no admite este tipo de dibujos en las calles donostiarras. Esta excepción está motivada por las características del dibujo y del autor, tal y como ha manifestado el Consistorio. «Aunque no sea de Banksy hemos decidido mantenerlo ya que en todo caso es una muestra cultural» ha precisado Denis Itxaso, concejal de Cultura.”
(El Diario Vasco, 6/10/10)

Sin embargo, algunos grafiteros locales, indignados por el privilegio otorgado al (presunto) dibujo de Banksy, lo cubrieron de firmas y pintadas, mientras en el consistorio algunos ediles de la oposición instaban al partido en el gobierno a respetar la normativa municipal o a modificarla, pero no a actuar por la vía de las excepciones. Finalmente el Ayuntamiento decidió pintar la pared donde estaba el grafiti, haciéndolo desaparecer. A continuación se abrió un debate público en la ciudad acerca de si los grafitis son “cultura” o “vandalismo”.

tiende el aluvión de gente –famosos incluidos– que la visitan, los elogios desmesurados que le dedican y lo que están dispuestos a pagar –los que se lo pueden permitir– por las obras expuestas. Los comentarios que se oyen durante los días que está abierta destacan la frescura, la innovación de la propuesta. Guetta/Mr. Brainwash ha conseguido formatear la novedad de cuya emergencia en los inicios del arte callejero fue testigo, dándole la figura de un producto para el consumo económico y simbólico de las masas urbanas. Claro que tendrá que seguir haciéndolo, y cada vez más rápido, porque el valor cifrado en la actualidad de la novedad es rápidamente obsoleto. Así que finalmente el artista urbano se vuelve parte del *establishment* artístico en la ciudad de las cámaras y la innovación constante, y sale de su largo periplo a través de la tienda de regalos.

Banksy aparece en esta parte de la película haciendo de sí mismo y hablando del asunto Mr. Brainwash en un registro de varios niveles, que van desde la (más obvia) crítica irónica a la conversión del arte en comercio, hasta el (más sutil) desconcierto que le produce el reconocimiento de que la historia de Mr. Brainwash, que viene a ser en el fondo un heteróni-

mo suyo, es la historia de cómo un movimiento artístico, el *street art*, puede “morir de éxito”. El desconcierto viene porque la mercantilización no es estrictamente y en su totalidad algo ajeno al arte urbano, sino algo así como la encarnación perversa de una promesa que éste llevaba dentro de sí. Porque la distinción entre “arte” (del “artista” y la “institución-arte”), y “expresión” (de la “gente” y de la “calle”), que Banksy y sus colegas quisieron abolir, cuando se cruza en la ciudad de los media con los procesos por los que se forma el valor de mercado, no lleva lejos de Mr. Brainwash y de la tienda de regalos del museo. Así que la mercantilización, que vista desde un cierto ángulo es respecto al arte urbano una perversión, vista desde otro es uno de los modos de su cumplimiento. “Yo solía animar a todo el mundo a que hiciera arte. Ahora ya no lo hago” –dice Banksy. Y en sus palabras hay crítica y hay autocrítica, ironía y perplejidad, y también un ejercicio consciente, activo y maestro –la película entera–, que más que dar respuestas fáciles o hacer fuegos de artificio para seguidores entusiastas articula preguntas muy relevantes para desentrañar el espíritu de una época, ese *Zeitgeist* que es en buena parte invisible, o impensable. ¿Será a eso a lo que llaman arte? A aquello que es capaz de servir de soporte a una experiencia de reconocimiento de un (nuestro) mundo, siempre incoado –y por lo tanto necesariamente ambiguo y sobredeterminado⁶. Es precisamente el poder de desencadenar esa experiencia, que poseen tanto la película como el mejor *arte callejero*, lo que muestra a las claras que Banksy y Mr. Brainwash pueden ser hermanos, pero no son en absoluto la misma persona.

Bibliografía

- BENJAMIN, Walter
2005 *Libro de los Pasajes*. Madrid: Akal.
- BOURDIEU, Pierre
1995 *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- FERNÁNDEZ, James
2006 *En el Dominio del tropo*. Madrid: UNED.
- HARVEY, David
2005 “El arte de la renta: la Globalización y la Mercantilización de la Cultura”, en Harvey, D. y Smith, N. *Capital Financiero, Propiedad Inmobiliaria y Cultura*. Barcelona: MACBA y Universidad Autónoma de Barcelona.
- McCORMICK, Carlo; SCHILLER, Marc & Sara; SENO, Ethel
2010 *Trespass. Historia del arte Urbano no Oficial*. Ed. Taschen.
- TAUSSIG, Michael
2003 *Law in a Lawless Land*. New York: The New York Press.
- TAUSSIG, Michael
2004 *My Cocaine Museum*. Chicago: The University of Chicago.



⁶ Pierre Bourdieu señala en su famosa obra sobre los campos del arte cómo el goce artístico vendría señalado por el poder de la obra para despertar experiencias enterradas en los pliegues del cuerpo, por su poder de objetivar unos significados que coinciden con una experiencia del mundo, un sentido práctico, un *habitus* en definitiva (Bourdieu, 1995).