Juan Aizpitarte

zeinuak zeinu gainean signos sobre signos

zeinuak zeinu gainean

signos sobre signos

juan aizpitarte

Signos sobre signos-Zeinuak zeinu gainean. Juan Alzpitarte

Bilduma - Colección: Esci Projects 4

Argitaratzaileak-Edita:
Vitoria-Gasteizko Udala - Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

Kultura Saila - Departamento de Cultura

Espacio Ciudad Hiria Gunea (Egungo Hirirako Arkitektura eta Hirigintzaren Zentroa - Centro de Arquitectura y Urbanismo para la Ciudad Contemporánea)

Zuzendaritza eta koordinazioa-Dirección y coordinación: Nekane Aramburu

Argazkiak-Fotografías: Juan Alzpitarte, FOC, Florent Mazzonelli, Jon Urdangarin Meabe, Tofio Antón, participantes en el taller, etc

Testuak-Textos: Javier Abarca, Juan Alzpitarte, Florent Mazzonelli

Itzulpenak-Traducciones: Euskara Zerbitzua. Vitoria-Gasteizko Udala - Servicio de Euskera. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz
Ingelesezko itzulpena-Traducción inglés: Udalaren Itzulpen Zerbitzua. Gizarteratze Zerbitzua. Gizartegintza Saila. Vitoria-Gasteizko Udala - Nekane Ramírez de la Piscina. Servicio Municipal de Traducción e Interpretación. Servicio de Inserción Social. Departamento de Intervención Social. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

Maketazioa - Maquetación:
Txomin Imaz

Inprimatzea - Imprenta: Gráficas Dosbi S.L.

ISBN: 978-84-959-45-28-2
L.G. - D.L.: VI-

Banatzailea - Distribuye: Elkar

Testu eta argazkien ©, egilearena - © de los textos y fotografías, los autores

www.vitoria-gasteiz.org/espaciociudad

1

Los adhesivos en el arte público autónomo
Javier Abarca

Frágil
Florent Mazzoleni

Aluminio y cristal
Juan Aizpitarte

Los adhesivos en el arte público autónomo
Javier Abarca

Frágil
Florent Mazzoleni

Aluminio y cristal
Juan Aizpitarte

2

El taller Signos sobre signos, noviembre 2008

Trabajos de los alumnos

Intervenciones de Juan Aizpitarte

Biografías

Glosario

El taller Signos sobre signos, noviembre 2008

Trabajos de los alumnos

Intervenciones de Juan Aizpitarte

Biografías

Glosario

ERANSKAILUAK ARTE PUBLIKO AUTONOMOAN

JAVIER ABARCA

Azken berrogei urteetan zenbait joera artistiko independente sortu dira kalean (arte publiko autonomoa). Paisaia fisiko eta artistikoan lekua irabazten joan diren neurrian, gero eta zailagoa da beren presentzia saihestea. Joera horien artean lehena eta agerikoena graffitia da; laurogeiko hamarkadatik aurrera mendebaldeko hiri gehienetako aurpegiaren zantzuetan dago. Bigarrena postgraffitia da. Indarra hartu izan du, batez ere hamarkada honetan bertan; azken bi urte inguru honetan arte-sistemaren gorenera iritsi izan da bat-batean. Joera biak muga lausoko multzo bereko osagarri gisa antzematen ohi badira ere, mami eta muin desberdineko jarduerak dira funtsean.

Graffitia eta postgraffitia

Graffiti deritzo hirietako zenbait gazte taldek beren ezizenak eskura dituzten hiriko horma eta bestelako espazio margogarri guztietan sistematikoki idaztean datzan tradizioari. Graffitia haur eta nerabeek beren gurasoen kontrolpetik aske dauden kalexka eta beste leku batzuetako hormetan beren izenak, filiak eta fobiak idazteko betidanik izan duten ohituraren sistematizazioa da. Hirurogeiko hamarkadaren bigarren erdian, tradizio horrek berebiziko indarra hartu zuen Filadelfian eta New Yorken; aerosol-margoen eta errotulagailu iraunkorren ez askoz lehenagoko asmakizunak bultzatuta garatu zen gertuko baina desberdina zen beste fenomeno batekin batera, kaleko gazte taldeen lurralde-graffitiarekin batera alegia. Graffitiak gaur egun ezagutzen diogun itxura hartzen hasi zen graffiti idazleak beren izena bakoitzaren auzotik kanpo idazten hastearekin batera.

Hor ageri da hiri guztira iristeko gogoa, "all city" kontzeptua, New Yorkeko paisaia izenez goitik behera beteko zuena. Handik gutxira, metroa euskarri kuttunen bihurtu zen: bagoien kanpoaldean itsatsita, izenok hirian zehar ibiliko ziren, gaineko pasabideen artean eta mutur batetik bestera, milaka begien aurretik. 1971an fenomenoak eztanda egin zuen. Ordutik aurrera, milaka lagun sartu ziren besteak baino ikusgaiago izatearen, gehiago agertzearen, "ikusgai egotearen" lehian. Lepo betetako lekuetan norberaren izena ikusgai bihurtu beharrak bi fenomeno eragin zituen: batetik, sinaduren estilizazio gero eta handiagorako joera, laster batean ezjakinentzako irakurtezin bihurtuko zituen artekoa; bestetik, kolore anitzeko eta bagoien tamainako errotulu handi bihurtuko zituen bilakaera.

Urte gutxitan kultura konplexu bat sortu zen; 1973rako ezarriak zeuden graffitia gaur ezagutzen dugun bezala definitzen duten kanon estilistiko eta metodologiko ia guztiak, nola New Yorken, hala laurogeiko hamarkadako lehen urteetan hitzez hitzeko moldeetan esportatu zen mundu osoan ere. Graffitia jolas funtsean konpetitiboa da, arau oso ondo definituduna, eta bilakaera mantsokoa. Auzia besteen errespetua eskuratzean datza, agertokiari itxura ematen dion ospe-hierarkian gora egin ahal izateko. Horretarako, besteak baino gehiagotan agertu behar da, leku arriskutsuago eta agerikoagoetan, eta estilo hobea erakutsiz.

Kontzeptu garrantzitsuena, gakoa, estiloarena da. Trebetasun kaligrafiko eta piktorikoetatik haratago (berez oso garrantzitsuak badira ere), estilo kontzeptuak graffitiaren hiztegi grafiko murritza erabiltzeko freskotasuna eta orijinaltasuna

LOS ADHESIVOS EN EL ARTE PÚBLICO AUTÓNOMO

JAVIER ABARCA

En los ltimos cuarenta a–os han surgido ciertas corrientes de actuaci n art'stica independiente en la calle arte p blico aut nomo cuya presencia en el paisaje f'sico y art'stico ha sido cada vez m s dif'cil de ignorar. La primera y m s visible de ellas, el graffiti, forma parte desde los ochenta del rostro de la mayor'a de ciudades occidentales. La segunda, el postgraffiti, ha adquirido prominencia sobretodo durante la presente d cada y en el ltimo par de a–os ha invadido s bitamente las esferas m s altas del sistema del arte. Aunque ambas corrientes son percibidas en muchos casos como parte del mismo confuso conjunto se trata de actividades diferentes en esencia.

Graffiti y postgraffiti

Durante la segunda mitad de los sesenta esta tradici n se desarroll con especial fuerza en Philadelphia y Nueva York, ayudada por la reciente aparici n de la pintura en aerosol y los rotuladores permanentes y paralela al graffiti territorial de las bandas callejeras, cercano pero distinto. Cuando el nombre se empieza a escribir m s all de los confines del propio barrio es cuando aparece el graffiti como lo conocemos ahora.

Es el concepto all city , llegar a toda la ciudad, la idea central del fen meno que acabar'a cubriendo de nombres el paisaje de Nueva York. A partir de 1971 se produjo la explosi n del fen meno y enseguida fueron miles los que compet'an por la visibilidad, por aparecer m s veces que los dem s, por dejarse ver m s. La necesidad de hacer visible el nombre en un espacio saturado llev por un lado a una progresiva estilizaci n de las firmas, que pronto ser'an ilegibles para el lego, y por otro a la evoluci n que las llevar'a a transformarse en enormes r tulos multicolores del tama–o de un vag n.

En pocos a–os se gener una cultura compleja, y para 1973 ya estaban establecidos casi todos los c nones estil'sticos y metodol gicos que definen el graffiti tal como se sigue practicando hoy tanto en Nueva York como en el resto del mundo, a donde se export de forma literal a partir de los primeros ochenta. El graffiti es un juego esencialmente competitivo con unas reglas perfectamente definidas y de evoluci n muy lenta. Se trata de conseguir el respeto de los dem s practicantes, con el objetivo de subir escalafones en la econom'a de prestigio que da forma y jerarquiza la escena. Para ello hay que aparecer m s veces que los dem s, en lugares m s arriesgados y visibles, y demostrando mejor estilo.

El postgraffiti es un juego distinto, en el que viandante est invitado a participar. Los artistas del postgraffiti tambi n juegan a dejarse ver , pero de una forma que todos podemos entender. Lo que repiten no es un nombre ilegible sino un motivo o un estilo gr fico reconocible con el que cualquier ciudadano se puede identificar. El impulso de dejarse ver no responde en este caso a una competitividad interna entre los artistas. Forma parte en cambio del juego que se establece entre artista y espectador que constituye la experiencia est tica del postgraffiti: el artista reproduce sus im genes y el espectador se sorprende en cada encuentro, aprecia el modo en que el artista se hace con cada localizaci n y disfru-

adierazten ditu. Metodologia ere arau jakin batzuei lotzen zaie, dela material jakin batzuk lortzeko moduari, dela euskarriak hautatzearen ingurukoei. Kontrakoa irudi lezakeen arren, graffitia kultura kontserbatzailea da, tradizioak birsortzean zentratua, sormenik ez du onartzen, ez bada molde jakin baten mugen barruan. Kode itxia da; ondorioz, publiko espezializatuari zuzentzen zaio, ez ditu inolaz ere kontuan hartzen kaleko oinezkoak, jokoz kanpo uzten ditu. Soilik graffiti idazleek (horrela deitzen diote euren buruari) dira beste idazleen lanaren meritua eta ñabardurak antzemateko eta baloratzeko gauza: izena irakurtzeko gaitasunetik beretik hasita, estiloa eta metodologiaraino.

Postgraffitiaren jolasa beste era batekoa da, oinezkoak parte hartzera gonbidatzen baititu. Postgraffitiaren artistek ere "ageriko izatearen" jokoari lotzen zatzaizkie, baina edonork ulertzeko moduan. Ez dute errepikatzen izen ulertezin bat, baizik eta ezagutzeko moduko motibo edo estilo grafiko bat, kalean dabiltzanek euren buruak identifikatuta sentitzeko adinakoa. Ageriko izatearen grina, ikusgai izatearen gogoa, ez dira kasu honetan artisten arteko barne-lehiakortasunaren ondorio. Aldiz, artistaren eta ikusleen artean ezartzen den jokoaren osagarri dira, joko hori izanik postgraffitiaren esperientzia estetikoaren muina: artistak bere irudiak erreproduzituko ditu, eta ikuslea, aldiz, harritu egingo da topaketa bakoitzean, balioetsi egingo du artistaren kokapen jakin bat edo beste bereganatzeko modua, alez ale itxuratzen duen diskurtso narratiboa ehuntzeko modua. Joko horrek lotura bat sortzen du bi aldeen artean, espazio publikoan gertatzen den nolabaiteko harreman intimoa.

Postgraffitiaren lehen aleak hirurogeiko hamarkadan sortu ziren. Daniel Buren eta Gérard Zlotykamien frantsesak orduan hasi ziren hainbat urte iraungo zuten beren kale-kanpainekin, lehenarena abstraktua, bestearena figurazio lauso baten moldeetan. Beste frantses batek -Ernest Pignon Ernest-ek- bere lehen litografia errealistei ekin zien hirurogeita hamarreko hamarkadako lehen urteetan; hori izan zen aurrerantzean postgraffitiak ohiko izango zuen osagarri narratiboaren sorrera. Baina postgraffitiaren lehen aldra handia laurogeiko hamarkadako lehen urteetan gauzatu zen, aldi berean New Yorken, Parisen eta São Paulon (Keith Haring, Blek le Rat eta Alex Vallauri izan zituzten buru, hurrenez hurren), baita Europako beste hainbat hiritan ere, nahiz eta maila apalagoan.

Laurogeiko hamarkadako panorama atomizatua desagertu egin zen ia osorik, apenas ondoriorik utzi gabe. Laurogeita hamarreko hamarkadan hasi zen egosten Shepard Fairey estatubatuarra (Obey Giant kanpainaren sortzailea) eta Banksy britainiarra buru dituen oraingo aldra. Interneti esker, mundu zabalean hedatu eta elkarren arteko lotura oso estuduneko sare benetan zabala eratu da. Hamarkada horretan postgraffitia maila gorenera iritsi zen, arte-sistemak, azkenik, behin betiko bere egin duen arte.

Postgraffitian aritzen diren ia guztiak mendebaldeko tradizioan hezitako artistak dira, nahiz hori kultur erroetako bat baino ez den. Laurogeiko eta laurogeiko hamarreko hamarkadetako postgraffitia tradizio hori eta herri-kulturaren beste molde batzuk (esaterako, ala nola punk-a, skate-a eta kontrapublizitatea) uztartzearen ondorioz sortu da, baina guztien gainetik, nagusiena, graffitiia izan da. Postgraffitia graffitiaren kultur korronte itzelaren oinordetzat jo daiteke, edonorentzako egokitutako graffiti molde gisa. Alabaina, lehen ikusi dugun bezala, postgraffitiaren zuhaitz genealogikoa graffitiarena berarena bezain aspaldikoa da. Bata eta besteak, biak hirurogeiko urte nahasietan sortu ziren, bi faktore nagusiren erantzun gisa: ikusizko espazioa gero eta gehiago merkataritza-identitateen mende jartzen ari zen, eta hirigintza modernoak eragiten zuen alienazioa. Postgraffitiaren kasuan, aurreko bi arrazoi horiei beste bat gehitu zitzaien: arte-sistemaren muga eta hertsadurei aurkakotasuna, eta -hamarkada hartako artearen ezaugarria- ikusleekin bitartekaritzarik gabeko topagune baten bilaketa.

Graffitiak gizartean duen ospe txarraren arrazoi nagusietako bat, garbiketak eragiten dituen gastuez gain, ulertezintasuna da: ikusleek ezin dute irakurri, ezta bere logika, funtzionamendua edo zergatik dagoen ulertu ere. Graffitia ikusleen inguruan gertatzen den arren, ez ditu elkarrizketara gonbidatzen. Horixe da, nonahi agertzeko joerarekin batera, teknika inbaditzailetzat jotzearen arrazoia. Aldiz, postgraffitiaren ezaugarrietako bat, hain zuzen ere, motibo ulergarrien erabilerara jotzea da, eduki abegikor eta hurbiletara, mezu politiko lauso, ez oso konprometitu eta bai erraz ulertzeko modukoetara. Ondorioz, askoz errazago onartzen da postgraffitia.

Batak eta besteak pizten dituzten erreakzioen aldea azaltzen duen faktore bat erabilitako materialak dira. Postgraffitiak uko egiten dio graffitiaren molde gordinenekin duen lotura estuagatik gizartearen subkontzienteak erabat laidoztatua duen aerosola esku hutsez erabiltzearen keinu gaiztoari. Horren ordez, publizitatera ohitutako gizarte batek erraz

(1) Un adhesivo postal estadounidense.

ta del discurso narrativo que va tomando forma con cada pieza. Este juego crea un v'nculo entre las dos partes, una rara forma de relaci n 'ntima que sucede en el espacio p blico.
Casi todos los practicantes del postgraffiti son artistas educados en la tradici n occidental, aunque esa es s lo una de las ra'ces culturales de la corriente. El postgraffiti ha surgido de la confluencia de esa tradici n con varias formas de cultura popular: el punk, el skate y la contrapublicidad, pero sobretodo el graffiti. Se puede considerar heredero de la enorme corriente cultural del graffiti, una forma de graffiti adaptada para todos los p blicos. Aunque la l'nea geneal gica del postgraffiti es tan antigua como la del graffiti, ambos surgieron en los turbulentos a–os sesenta como respuesta a dos factores principales: la creciente dominaci n del espacio visual a manos de las identidades comerciales y la alienaci n inducida por el urbanismo moderno. En el caso del postgraffiti a estos dos motivos se une el impulso de rechazo a las constricciones del sistema del arte y de b squeda del encuentro no mediado con el p blico, caracter'stico del arte de la d cada.

Si el graffiti es percibido socialmente como algo indeseable no es s lo por los gastos que supone su limpieza. Una causa principal es su ininteligibilidad: el p blico no puede leerlo ni comprender su l gica, su funcionamiento o el porqu de su existencia. Se trata de una conversaci n que ocurre dentro del entorno del p blico pero a la que ste no est invitado. M s all de su innegable ubicuidad, sta es la principal raz n por la que resulta invasivo. El postgraffiti en cambio se caracteriza precisamente por recurrir a motivos inteligibles, contenidos amables y cercanos, o mensajes pol'ticos vagos, poco comprometidos y de f cil digesti n. Como resultado, el postgraffiti es en general mucho m s aceptado.
Otra causa de esta diferencia en las reacciones viene dada por los materiales utilizados. El postgraffiti renuncia al hostil gesto del aerosol a mano alzada, fuertemente estigmatizado en el subconsciente social por su estrecho v'nculo con las formas m s crudas de graffiti, y lo convierte a menudo en imagen seriada, papel impreso y l'nea mec nica, elementos con los que una poblaci n habituada a la publicidad puede identificarse f cilmente.

Los adhesivos en el graffiti

En el graffiti la metodolog'a de trabajo es tan importante como los resultados formales, si no lo es m s. La m ltiple aparici n del nombre no tiene valor si no se ejecuta observando las reglas del juego establecidas durante los a–os de su g nesis en Nueva York. La regla n mero uno es la ilegalidad: el soporte debe ser siempre usurpado, y el trabajo en superficies legales sobre las que el due–o ha dado permiso para actuar tiene valor s lo como complemento del trabajo ilegal. La ilegalidad se extiende tambi n a la obtenci n de las herramientas de trabajo: todos los materiales de escritura deben ser robados, desde los aerosoles, rotuladores y tintas hasta los tradicionales cuadernos negros de tapa dura sobre los que se practican las habilidades de escritura y dibujo. Este principio fundamental en la cultura neoyorquina pero no tan presente en su adaptaci n internacional emana de la tica DIY (*do it yourself*, h ztelo t mismo), base conceptual del graffiti y de otras culturas juveniles urbanas como el *punk* o el *skate*. Rotuladores y tintas son en muchos casos fabricados de forma casera.
Es por esto que los adhesivos m s usados en el graffiti son los que se consiguen gratuitamente en las oficinas postales p blicas y privadas de Estados Unidos y que sirven para escribir los datos de un env'o. Hasta tal punto son comunes que la fot grafa Martha Cooper coautora del hist rico *Subway Art*, el libro que export el fen meno del graffiti de Nueva York al mundo convirti ndose en la biblia de millones de j venes publicaba hace poco en *Going Postal*, un monogr fico centrado en este soporte. Aunque los adhesivos m s caracter'sticos del graffiti son aquellos en cuya parte superior figura, sobre un parche rojo, la frase Hello, my name is (Hola, me llamo). Estos adhesivos se comercializan para identificar a los participantes en convenciones, que escriben sus nombres sobre ellos. Son muy f ciles de encontrar en cualquier tienda de material de oficina y por tanto muy adecuados como objeto de robo y ofrecen adem s un buen espacio vac'o sobre el cual demostrar c modamente las habilidades caligr ficas. Hasta tal punto se han convertido en soporte tradicional de la corriente que no es raro encontrar variaciones impresas ex profeso por escritores de graffiti o por tiendas y empresas especializadas, que incluyen a veces publicidad en ellos.
Pero el principal aspecto metodol gico en las reglas del graffiti tiene que ver con el trabajo f'sico y manual.

(2) Uno de los tradicionales adhesivos comercializados para su uso en convenciones.

identifikatuko dituen elementuetara jotzen du: irudi seriatua, paper inprimatua, lerro mekanikoa...

Eranskailuak graffitian

Graffitian, lan-metodologia emaitza formalak bezain garrantzitsua da, agian baita garrantzitsuagoa ere. Izenaren agerrera errepikatuak, ugariak, balore guztia galtzen du, ez bada gauzatzen New Yorkeko lehen urteetan ezarritako arauak beteaz. Lehen araua ilegaltasuna da: euskarriak "lapurtua" izan behar du beti; azalera legaletan egindako lana (alegia, jabearen baimenarekin) lan ilegalaren osagarri gisa baloratzen da soilik. Ilegaltasuna beste esparru batzuetara ere hedatzen da, esaterako, lan-materialen lorpenera: idazketa- eta marrazketa-materialak lapurtuak behar dute izan, hasi aerosol, errotulagailu eta tintetatik, eta trebetasunak praktikatzeko erabiltzen diren azal gogorreko ohiko koaderno beltzetaraino. Printzipio hori, New Yorkeko kulturan funtsezkoa izanagatik ere, ez zen horrenbeste hedatu nazioartean; graffitiaren eta beste hiri-kultura gazte batzuen oinarri kontzeptuala den (hala nola punka eta skatea) DIY ("do it yourself", egizu zuk zeuk) etikatik eratortzen da. Sarritan, errotulagailuak eta tintak nork bere kasa egiten ditu, etxean.

Horrek azaltzen du, esaterako, graffitian gehien erabiltzen diren eranskailuak Estatu Batuetako posta bulego publiko eta pribatuetan bidalketaren datuak idazteko doan eskuratzen direnak izatea. hain dira ohikoak, non Martha Cooper argazkilariak Going Postal izenpean euskarri horri buruzko monografikoa kaleratu duen berriki; Cooper milioika gazteren biblia berria bihurtu, eta graffitia New Yorketik mundu zabalera esportatu zuen Subway Art liburuaren egileetako bat. Graffitian erabilitako eranskailu berezienak adabaki gorri baten gainean "Hello, my name is" (Kaixo, ... deitzen naiz) diotenak dira. Eranskailu horiek jardunaldi eta batzarretako partaideak identifikatzeko saltzen dira, nork bere izena bertan idatzita. Erraz aurkitzen dira bulegotarako material dendetan (beraz, aise lapurtu daitezke), eta tarte huts polita eskaintzen dute norberaren trebetasun kaligrafikoak erakutsi ahal izateko. Euskarri hori hain egin da ohiko, non ez den arraroa graffiti idazleek edo denda eta enpresa espezializatuek propio sorturiko aldaerak aurkitzea, batzuetan publizitatez hornituak.

Baina graffitiaren alderdi metodologiko garrantzitsuena lan fisiko eta eskuzkoa da. Bai sinadura edo tag-ak (aerosolarekin edo errotulagailuekin egindako sinadura monokromatiko linealak), baita throw-up eta piezak (bi edo kolore gehiagorekin margotutako errotuluak), ekintza jakin baten emaitza gisa ulertzen dira. Ekintza hori bere lana in situ egin asmoz graffiti idazleak hesi baten gainetik jauzi egiteko, eraikin baten hormetan gora igotzeko, edo tunel baten barruan sartzeko mugimendua da; horrek guztiak arrisku fisiko eta legezkoak dakartza ondorio. Eta, jakina, ekintza horrek, gainera, baitan hartzen du eskuaren mugimendua, eskulan kaligrafiko eta piktorikoak eskatzen duen trebetasun erakustaldia; lan horrek, gainera, hainbateko denbora tartea behar du, eta tamaina berean areagotzen du atxilotze arriskua.

Horrek berak azaltzen du postgraffitiaren teknika ohikoenetakoa den txantiloien bidez pintatzearena (txantiloiei stencil ere deitzen zaie, motibo konplexu samar bat ziztu bizian errepikatzeko aukera ematen duten material zurrunen gainean ebakitako maskarak dira) eta eranskailuen bidea inoiz onartu ez izatea graffitiaren jokoan, saihestu egiten dutelako esku-trebetasunaren erakustaldi nahitaezkoa. Gainera, txantiloien bidezko jarduna hain da azkarra, non artistak ez duen ia arriskurik hartzen bere gain.

Logika berberaren haritik, eranskailuak oso bigarren mailako materialtzat jo izan du graffitiaren tradizioak. Txantiloiak baino are arinago eta diskrezio handiagoz aplikatu daitezke; beraz, ikusia eta atxilotua izateko arriskurik ez dago apenas. Graffiti idazle gutxik erabili dituzte erruz eranskailuak, eta beti eskulanaren osagarri gisa. Baina ia kasu guztietan eranskailuak eskuz kaliagrafiatzen dira, eta hori da benetan funtsezkoa. Norberaren inprimagailuen bitartez edota inprenta profesionaletan seriean sortutako eranskailuak moztu egiten diote bidea eskulanaren erakustaldiari eta, ondorioz, ez dute inoiz paper garrantzitsurik izan graffitian. Alabaina, material erabiliena dira postgraffitian, txartel eta txantiloiekin batera.

Eranskailuak postgraffitian

Postgraffitia bi joera desberdinen arabera jorratu izan da, joera ikonikoa eta narratiboa deitzen diegu. Shepard Faireyren obra goiztiarrean aurkituko dugu postgraffiti ikonikoaren adierazgarri gorena, ikono sinplea eta berehala irakurtzeko moduko baten errepikatze masiboan baitatza. Joera hori nagusitu zen azken boladaren hastapenetan, The London Police, Flying Fortress eta aipatu dugun Faireyren eskutik. Heldutasunerako bidean, aurrera hartu diete beste artista batzuek (horien artean Swoon, Blu, Eltono, Roadsworth eta Momo), postgrafittiaren joera narratiboaren ordezkariak.

Tanto las firmas o *tags* (las r bricas lineales monocrom ticas escritas con aerosol o rotulador) como los *throw-ups* y las piezas (los r tulos pintados con dos o m s colores) se aprecian como resultado de una acci n. Es el movimiento por el cual el escritor de graffiti salta una valla, escala un edificio o se introduce en un t nel para ejecutar in situ su obra exponi(ndose a los riesgos f'sicos y legales que ello implica. Y por supuesto tambi(n el movimiento de la mano, la demostraci n de habilidad que conlleva el trabajo manual caligr fico o pict rico, que toma adem s cierto tiempo e implica tambi(n por tanto cierto riesgo de arresto.
De ah' que el uso de estarcidos, una de las t(cnicas insignia del postgraffti (com nmente conocidos como plantillas o *stencils*, m scaras recortadas en un material r'gido que permiten la repetici n casi instant nea de un motivo complejo mediante pintura en aerosol(, o el enmascaramiento con cinta adhesiva nunca hayan sido admisibles en el juego del graffiti, dado que evitan la obligada demostraci n de habilidad manual. Las plantillas permiten adem s una actuaci n tan r pida que la necesaria demostraci n de asunci n de riesgos pr cticamente desaparece.

Esta l gica ha provocado tambi(n que los adhesivos nunca hayan sido m s que un material muy secundario en la tradici n del graffiti. Su aplicaci n es a n m s veloz que la de las plantillas y mucho m s discreta, por tanto el riesgo de ser observado y detenido pr cticamente desaparece. S lo algunos escritores de graffiti han hecho un uso extensivo de los adhesivos, y siempre como complemento de su trabajo manual. Pero lo realmente crucial es que en casi todos los casos los adhesivos son caligrafiados a mano. Los adhesivos producidos en serie con medios mec nicos (impresoras caseras o imprentas profesionales(no dan lugar a la demostraci n de habilidad manual y no han tenido nunca por tanto un papel en la escena del graffiti. Son sin embargo, junto a carteles y plantillas, el material estrella del postgraffiti.

Los adhesivos en el postgraffiti

Las actuaciones de postgraffiti se desenvuelven en dos tendencias distintas, que llamamos ic nica y narrativa. La obra temprana de Shepard Fairey es el m ximo exponente del postgraffiti ic nico, que se centra en la repetici n masiva de un icono constante, simple y de lectura inmediata. Esta tendencia ha sido dominante durante el arranque de la actual escena, los a–os en que gente como The London Police o Flying Fortress, adem s del propio Fairey, encabezaban el panorama. A medida que la corriente ha ido madurando otro tipo de artistas como Swoon, Blu, Eltono, Roadsworth o Momo, representantes de la vertiente narrativa del postgraffiti, han tomado la delantera.

La mec nica del trabajo de estos artistas tiene como v(rtice no la repetici n de un icono sino el desarrollo de un contenido narrativo personal a trav(s de motivos cambiantes ejecutados, eso s', con un estilo gr fico caracter'stico. Esta constante formal vincula unas piezas con otras de modo que el p blico las percibe como parte de un todo, gener ndose as' la relaci n entre artista y espectador que constituye la experiencia central del postgraffiti. En la escena de los ochenta casi toda la producci n fue narrativa: tanto Keith Haring como Blek le Rat o Dan Witz trabajaron sobretodo en estos par metros, y s lo Richard Hambleton o el primer Alex Vallauri llevaron a cabo campa–as de postgraffiti ic nico.

A diferencia de lo que ocurre en el graffiti el trabajo manual no es un elemento necesario del postgraffiti. Forma parte de los valores de artistas narrativos como Swoon o Blu, pero es pr cticamente inexistente en la vertiente ic nica, que suele basarse en la impresi n seriada. De modo que en una corriente como el postgraffiti ic nico, que busca la multiplicaci n m xima de una identidad en el espacio p blico sin conceder especial valor al trabajo manual y que siente como propios los valores formales de la copia mec nica, el adhesivo resulta el medio ideal. Por eso ha sido durante a–os su t(cnica estrella, desde la humilde fotocopia hasta las m s ambiciosas serigraf'as sobre vinilo. Es muy sencillo y barato de producir (especialmente a partir de la generalizaci n de la autoedici n y la aparici n de servicios de impresi n online a mediados de los noventa(, tiene un tama–o que permite al artista llevar siempre encima su material de trabajo, y su instant nea instalaci n implica el m'nimo riesgo posible. La capacidad de burlar la ley, b sica en el graffiti, no representa por s' misma un valor principal del postgraffiti, por tanto la inmediatez y seguridad del adhesivo no son factores negativos sino enormes ventajas.

Numerosas publicaciones centradas en el adhesivo (libros, revistas y fanzines(dan idea de la popularidad de la t(cnica entre aficionados y practicantes del postgraffiti. Se han cele-

Artista horien lan-mekanikaren ardatza ez da ikonoen errepikapena, baizik eta eduki narratibo pertsonal bat garatzea, motibo aldakorren bitartez, baina beti estilo grafiko berezi eta bereizgarri bati jarraituz. Logika formal horren arabera, piezen artean loturazko harremanak sortzen dira, ikusleek osotasun baten zati gisa antzematen dituzte. Horri esker sortzen da artisten eta ikusleen arteko harremana, postgraffitiaren muina eta gakoa. Laurogeiko hamarkadan ia produkzio guzti narratiboa izan zen: Keith Haring, Blek le Rat eta Dan Witz molde horren arabera aritu ziren. Richard Hambleton eta hasierako Alex Vallauri izan ziren postgraffiti ikonikoaren bidetik jo zuten bakarrak.

Graffitian ez bezala, postgraffitian eskulana ez da ezinbesteko elementua. Artista narratibo jakin batzuen baloreen artean dago (Swoon, Blu), baina ez da ia batere ageri joera ikonikoaren baitan; azken hori inprimaketa seriatuan oinarritzen da. Beraz, eskulanari balore berezirik aitortu gabe, eta kopiatze mekanikoaren balore formalak aldarrikatuz, identitate jakin bat espazio publikoan ahalik eta gehien biderkatzeko asmoaren bultzada sentitzen duen joerak (hala baita postgraffiti ikonikoa) ezingo zukeen eranskailuak baino bitarteko hoberik aurkitu. Horrexegatik izan da urtetan joera ikonikoaren teknika erabiliena, hasi fotokopia apaletatik, eta binilo gaineko serigrafia bikainenetaraino. Ekoizpen erraz eta merkekoak dira (are gehiago laurogeita hamarreko hamarkadatik aurrera auto-edizioa orokortu egin zenetik, eta on line inprimaketa zerbitzuak agertu zirenetik), tamainak lan-materiala beti soinean eramateko aukera ematen dio artistari, eta bat-batean ipini daitezkeenez, arriskua muturreraino murrizten da. Legeari muzin egiteko gaitasuna funtsezkoa da graffitian, baina ez da, berez, postgraffitiaren balore nagusietakoa; horrenbestez, eranskailuen bat-batekotasuna eta segurtasuna, faktore negatiboak baino, ikaragarrizko abantailak dira.

Liburu, aldizkari, fanzine... argitalpen ugari dago eranskailuen inguruan; horrek erakusten digu ederki zeinen teknika ezaguna den postgraffitiaren zaletuen eta ekileen arten. Hainbat erakusketa egin dira, Berlinen bada museo iraunkor bat, Alemanian 2008an 3 urte bete zituen Stickeraward izeneko nazioarteko lehiaketa egiten da. Lehiaketaren osagarri, erakusketak egin izan dira hainbatetan museo batean, eta katalogo mardul bat argitaratu du Gestalten argitaletxe ospetsuak. Nola ez, web orri espezializatu ugaritan -horixe baita postgraffitiaren komunikabide naturala- mundu zabalean jasotako eranskailuen irudiak biltzen dira.

Eranskailu inprimatuen bitartezko lehen kanpainak New Yorkeko graffiti inguruetan sortu ziren. X-Men hirurogeita hamarreko talde jendetsu bat zen, graffiti idazle oso aktiboez gain, musikari eta dantzariak ere biltzen zituen; ospea izan zuen, ez soilik trenetan egindako lanengatik, baita antolatu zituen festengatik ere. Bada, X-Men taldeko bi kide (Tess eta Dj No), laurogeiko hamarkadaren hastapenetan beren ohiko lana bakoitzaren eta taldearen izenak tipografia sinple eta irakurterrazez idatzitako eta trumilka egindako eranskailuekin osatzen hasi ziren. Garai hura graffitiaren goraldiarena izan zen, metroko bagoien kanpo eta barru alde guztiak goitik behera izenez gainezka zeuden, baita kale asko ere. Alabaina, Tess eta Dj Noren lana nabarmendu egin zen, eta komunikabideen arreta erakarri zuen. Hainbat artikulu argitaratu ziren, eta New Yorkerek txiste bat atera zuen honako testuarekin: "Nortzuk dira Tess eta Dj No?"

Kanpaina hark komunikabideetan izan zuen oihartzuna irakurgarritasunari sor zitzaion, jakina; horri esker, mezuak aurrera egin zuen, sinadura eta bestelako piezen saldoen gainetik. Tess eta Dj Noren eranskailuek uko egiten zioten graffitiaren ohiko estiloari, eta kaleko publikoarengana zuzentzen ziren argi eta garbi... publikoak mezuak beretzat zirela ulertu, eta ondo erantzun zuen. Beraz, postgraffiti adibide gisa har dezakegu irudian izan beharrean testuan oinarritutako esperimentu goiztiar hura. Motibo errepikatuaren aldaezintasuna eta berehalakotasunari esker, kanpainak postgraffiti ikoniko gisa funtzionatu zuen. Ezaugarri horiek berberek definitzen dute baita Revs eta Cost-en lana ere. Bi graffiti idazle horiek kanpaina masibo bati ekin zioten New Yorken bertan, postgraffitiaren aldra berriaren (gaur egun mundu zabalean garatzen ari den berberaren) aitzindari eta suspertzailea. Revs eta Costek Tess eta Dj Noren oinordetza hartu zuten, eta azken muturretaraino eraman zuten haien taktika.

Revs New Yorkeko metroan eginiko graffitiaren azken urteetan aritu zen (1989an amaitu zen behin betirako), Revlon izenpean. 1991ean graffitiaren ohiko praktika alboratu, eta metodo berriekin esperimentatzen hasi zen. 1985an ezagutu zuen beste idazle bat -Cost- antzeko moldeetan ari zela lanean ohartuta, harremanetan jarri ziren eta indarrak biltzea erabaki zuten. Artista biek hirian pertsonaia ezagun bihurtu zituen intentsitate oso handiko kanpainari ekin zioten hainbat urtetan, bai eta poliziaren lehentasunezko helburu. Lanak zenbait taktika berritzaile bereganatu zituen, urteak aurrera graffitiaren eta postgraffitiaren

brado diversas exposiciones, existe un museo permanente situado en Berl'n y un concurso internacional, *Stickeraward*, celebrado en Alemania y que en 2008 cumpli tres a–os. El concurso se ha complementado en diferentes ediciones con una exposici n alojada en un museo y un grueso cat logo publicado por la importante editorial Gestalten. Por supuesto, un gran n mero de p ginas web del medio de comunicaci n natural del postgraffiti especializadas en la t cnica recopilan im genes de adhesivos de todo el mundo.

Las primeras campa–as basadas en el uso de adhesivos impresos surgieron dentro de la escena del graffiti en Nueva York. Tess y Dj No, dos miembros de los X-Men un numeroso grupo fundado en los setenta que inclu'a no s lo escritores de graffiti muy activos sino tambi n m sicos y bailarines, y que consigui fama tanto por su trabajo en los trenes como por sus fiestas comenzaron a principios de los ochenta a complementar su trabajo tradicional utilizando adhesivos y peque–os carteles producidos en masa en los que figuraban sus nombres y el de su grupo compuestos con tipograf'a sencilla y legible. El graffiti viv'a entonces sus a–os de mayor apogeo y todos los exteriores e interiores de los vagones de metro y buena parte de las calles estaban completamente cubiertos de nombres. A n as' el trabajo de Tess y Dj No destac entre la escena y llam la atenci n de los medios de comunicacion. Aparecieron varios art'culos al respecto y el New Yorker public un chiste con el texto Qui n son Dj No y Tess X-Men? .

La repercusi n de esta campa–a en los medios fue consecuencia por supuesto de su legibilidad, gracias a la cual el mensaje se abri paso entre la cacofon'a de capas y capas de firmas y piezas. Los adhesivos de Tess y Dj No renunciaban al juego del estilo propio del graffiti y se dirig'an de forma clara al p blico general, que se dio por aludido. Podemos en consecuencia considerar este temprano experimento como un ejemplo de postgraffiti, basado en este caso no en la imagen sino en el texto. La inmutabilidad e inmediatez del motivo repetido hace que la campa–a funcione como postgraffiti ic nico. Estas caracter'sticas definen tambi n el trabajo de Revs y Cost, dos escritores de graffiti que diez a–os despu s comenzaron en la misma ciudad una masiva campa–a que contribuir'a a desencadenar la nueva oleada de postgraffiti, la que hoy sigue desarroll ndose en todo el mundo. Revs y Cost recogieron la herencia de Tess y Dj No y llevaron su t ctica hasta sus ltimas consecuencias.

Revs particip en los a–os finales del graffiti en el metro de Nueva York desaparecido definitivamente en 1989 utilizando el nombre Revlon. En 1991 abandon la pr ctica tradicional del graffiti y comenz a experimentar con nuevos m todos. Despu s de observar que Cost otro escritor del metro a quien hab'a conocido en 1985 estaba trabajando en direcciones similares contacta con l y ambos deciden unir fuerzas. Los dos artistas desarrollaron durante varios a–os una intens'sima campa–a que les convertir'a en figuras populares de la ciudad y en objetivos prioritarios para la polic'a. El trabajo adopt t cticas diversas y bastante innovadoras, algunas de las cuales se convertir'an con el tiempo en parte del repertorio del graffiti y del postgraffiti. La primera y m s notoria de ellas se bas en el cartel y el adhesivo. En 1992 comenzaron la producci n e instalaci n masiva de peque–os carteles fotocopiados de unos 20 x 30 cent'metros, en unas cien series diferentes de entre 50 y 1000 copias cada una que pegaban sobretodo en las partes traseras de los sem foros. La intensidad del trabajo fue tal que muchos testimonios hablan de carteles en los sem foros de pr cticamente cada una de las intersecciones de Manhattan. La campa–a inclu'a tambi n adhesivos impresos de menor tama–o, una t ctica con la que Cost ven'a trabajando desde 1987 aunque a n sin alejarse de los c digos formales del graffiti.

Los carteles de Cost y Revs reproduc'an sus nombres compuestos con tipograf'a legible acompa–ados en algunos casos de diferentes frases entre cr'pticas y jocosas, sin ning n significado m s all de la broma y el deseo de intrigar. Algunos inclu'an adem s un n mero de tel fono que serv'a a los artistas para recabar opiniones del p blico en un contestador autom tico. La campa–a caus revuelo en la ciudad y en 1993 el *New York Time*s contact con los artistas para averiguar el significado de su trabajo. En marzo de 1994 la revista *Artforum* les dedicaba una entrevista en lo que pareci ser el principio de la inclusi n de Revs y Cost en el sistema del arte, algo que no lleg a suceder. Por el contrario, en diciembre de ese mismo a–o la sonada campa–a lleg s bitamente a su fin con la detenci n de Cost a quien la polic'a secreta llevaba varios d'as siguiendo a partir de la declaraci n de un informante tras pegar un adhesivo sobre una expendedora de peri dicos.

La ciudad de Nueva York viv'a entonces sus

errepertoriora pasako zirenak. Lehena, nabariena, kartelen eta eranskailuen erabileran oinarritu zen. 1992an kartel txiki fotokopiatuak (20 x 30 zentimetrokoak gutxi gorabehera, bakoitzean 50 eta 1000 aleko ehun bat serie desberdinetan) sortu eta instalatzen hasi ziren; batez ere semaforoen atzealdeetan itsasten zituzten. Ikaragarrizko grinaz ekin zioten lanari; izan ere, lekuko batzuek diote kartelak zeudela Manhattango bidegurutze ia guztietako semaforoetan. Kanpainaren osagarrien artean baziren baita tamaina txikiagoko eranskailu inprimatuak ere.

Costek eta Revsek beren izen konposatuak erreproduzitzen zituzten tipografia irakurterrazean. Batzuetan esaldien laguntzaz: esaldi erdi kriptiko erdi umoretsuak, txantxatik eta jakin-mina pizteko gogotik haratago inolako esangurarik gabeak. Batzuetan, gainera, telefono zenbaki bat eransten zen, ikusleen iritziak erantzungailu automatiko batean biltzeko lagungarri. Kanpainak hiria aztoratzea lortu zuen, eta 1993an The New York Times egunkaria harremanean jarri zen artistekin, beren lanaren esanguraz galdetzeko. 1994an Artforum aldizkariak elkarrizketa eskaini zien; bazirudien Revs eta Cost artearen sisteman sartuko zirela, baina ez zen hala gertatu. Aitzitik, urte horretako abenduan bertan entzute handiko kanpaina bertan behera geratu zen bat-batean, Costek egunkariak saltzeko makina batean eranskailu bat itsatsi ostean poliziak atxilotu zuenean (atzetik zuen polizia sekretua azken egunetan, norbaitek informazioa eman ostean).

Urte haietan, New Yorkeko hiria kaleko artearen aurkako borrokan zegoen bete-betean. Gerora delitu txikien kontra jotzeagatik (tartean graffitia) ezagun egingo zen Rudolph Giuliani alkatea hautatu berria zen. Pixka bat lehenago jakin zen Desa graffiti idazle emakorraren aurkako lege-gatazka historikoaren bigarren kapituluaren emaitza: urtebete eta hiru urte arteko espetxe-zigorra Costen aurkako epaiketaren berria barra-barra zabaldu zen. Zigor zentzagarria ezarri zioten: 1600 orduz komunitatearentzako lana (tartean kaleko lanak ezabatzekoa, baita bereak ere), baldintzapeko askatasuna hiru urtez, 2000 dolaretik gorako isuna, eta laguntza psikologikoa jasotzeko derrigorra. Atxilotu ostean, Costek bertan behera utzi zuen kaleko lana, eta desagertu egin zen. Revs Alaskan erbesteratu zen denbora baterako, eta aurrerantzean molde apalagoetan jarraitu zuen lanean, ez ordura arte bezain nabarmen.

Eranskailu bidezko saturazio kasu gertuenekoa BNE izeneko graffiti idazlearena da. Artista hori nazioarteko bokazioaren adibide ona da, postgraffitiak sortzetik beretik berezko osagarri zuen, eta graffitiak laurogeita hamarreko hamarkadatik aurrera bere egin duen ezaugarriarena. Idazle kaliforniarraren lana argotean bonbardaketa deitzen den moldera zuzentzen da, hau da, izena ahalik eta gehien errepikatzera. Beste bonbardaketari batzuek bezala, BNEk uko egin zioen kolore askotako pieza landuak sortzeari, eta sinadurak eta pieza sinple eta azkar egiteko modukoei ekin zien gogo betean. Bere lana hedapen handikoa da, oinarri zuen San Frantzisko hiritik haratago, asko ikusi izan da beste leku batzuetan, hala nola New Yorken, Tokyon, Kuala Lumpurren, Madrilen... Bere eskulanaren osagarri gisa, BNEk eranskailu inprimatuak erabiltzen ditu teknika tradizionalekin aritzeko bereziki konplikatuak diren hirietan, Tokyon esaterako. Japoniako hiriburuan BNEren eranskailu sinple eta tipografia irakurterrazdunak benetako izurrite bihurtu dira, noraino, eta bertako telebistan eta Estatu Batuetako ABC katean berari buruzko erreportajeak egiteraino. Tess eta Dj Noren kasuetan bezala, BNEren eranskailuak eskuz egindako graffiti lan tradizionalaren osagarri dira; alabaina, BNErenenak postgraffiti gisa ulertzen ditugu, irakurterraztasungatik eta eragiten dituen erreakzio sozialengatik.

Baina eranskailuetan oinarritutako postgraffiti kanpaina nabarmenena ez zen graffitiaren inguruan sortu, skate-arenean baizik. 1989. urtean Shepard Fairey skatearen inguruan zebilen, eta lehen ikasturteko ikaslea zen Providence-ko (Estatu Batuak) Rhode Island School of Design-ean. Ia ustekabean hasi zen gaur egun munduan postgraffitiaren liderretakoa bihurtuko zuen, eta aldian-aldian arte-sistemaren goi-mailara igoko zuen lan-moldetan.

Skatea hirurogeiko hamarkadan sortu zen Kalifornian, surfaren lehorreko bertsio gisa. Funtsean, skatea lau gurpildun taula baten gainean akrobaziak egitean datza. Propio prestatutako instalazioetan egin daiteke, edo kalean edo, barandak, bankuak eta hiri altzarietako beste elementu batzuk erabiliz. Skatearen inguruko marka espezializatuek oso nortasun estetiko markatua dute: grafiko ugari, nola taulen gainaldeetan, hala era guztietako merchandising-eko produktuetan ere, batez ere kamiseta eta eranskailuetan. Eranskailuak oso garrantzitsuak izan dira skatearen kulturan; gaur egun bildumagai bihurtu dira. Eranskailuak kultura jakin bateko kide gisa identifikatzen dituzte norbanakoak beren objektu pertsonaletan daudenean, eta harremanetan jartzen dituzte elkarren artean.

a–os m s hostiles al arte de calle y acababa de elegir como alcalde a Rudolph Giuliani, que se har'a famoso por su mano dura con los delitos menores, entre ellos el graffiti. Acababa de conocerse el segundo cap'tulo de la hist - rica batalla legal contra Desa, un activo escritor de graffiti a quien se impuso en esa ocasi n de uno a tres a–os de c rcel. El juicio contra Cost se convirti en noticia y el castigo fue ejemplar: 1600 horas de trabajo comunitario (que incluy borrar obras callejeras, a veces las propias), tres a–os de libertad condicional, m s de 2000 d lares de multa y la obligaci n de recibir ayuda psicol gica. Despu s de su detenci n Cost abandon completamente el trabajo de calle y desapareci de la escena. Revs por su parte se exili un tiempo en Alaska, y su trabajo en adelante adopt t cticas mucho m s discretas.

El m s reciente caso de saturaci n por medio de adhesivos es la campa–a del escritor de graffiti BNE, un buen ejemplo de la vocaci n internacional (desde siempre un componente natural del postgraffiti) que el graffiti ha adquirido a partir de los noventa. El trabajo del escritor californiano est enfocado en lo que en el argot se denomina *bombardeo*, es decir la multiplicaci n m xima del nombre. Como otros bombarderos BNE renuncia a las elaboradas piezas multicolores e invierte toda su energ'a en la ejecuci n de firmas y piezas sencillas y r pidas. Su trabajo se ha extendido mucho m s all de San Francisco (su ciudad base) y ha llegado a tener gran presencia en lugares tan distantes como Nueva York, Tokyo, Kuala Lumpur o Madrid. Como complemento a su trabajo manual BNE utiliza adhesivos impresos, sobretodo en aquellas ciudades especialmente complicadas para las t cnicas tradicionales como es Tokyo. En la capital nipona los adhesivos de BNE (sencillos y compuestos con tipograf'a legible) se han convertido en una plaga inescapable hasta el punto de merecer reportajes en la televisi n local y en la cadena norteamericana ABC, ambos emitidos en 2006. Como en el caso de Tess y Dj No los adhesivos de BNE son el complemento de un trabajo tradicional de graffiti manual, sin embargo su legibilidad y la reacci n social que (sta provoca hacen que los entendamos como casos de postgraffiti.

Pero la campa–a por excelencia de postgraffiti basado en adhesivos no surgi en la escena del graffiti sino en la del skate. En 1989 Shepard Fairey, involucrado en la escena del skate y estudiante de primer curso en la *Rhode Island School of Design* en Providence, Estados Unidos, comenz por casualidad el trabajo que le convertir'a en uno de los l'deres de la actual escena del postgraffiti y eventualmente le llevar'a a situarse en los estratos m s altos del sistema del arte.

El skate es una pr ctica urbana aparecida en los sesenta en California como una versi n terrestre del surf. Consiste b sicamente en la ejecuci n de acrobacias sobre una peque–a tabla con cuatro ruedas, y se practica tanto en instalaciones especializadas como en la calle aprovechando barandillas, bancos y otros elementos del mobiliario urbano. Las marcas especializadas de la industria del *skate* tienen tradicionalmente una personalidad est tica muy marcada que se manifiesta en una gran diversidad de gr ficos, que aparecen tanto sobre las tablas como sobre distintos productos de merchandising, sobretodo camisetas y adhesivos. Los adhesivos han jugado un importante papel en la cultura del *skate* y son objeto de colecci n. Identifican al individuo como miembro de la misma cuando aparecen sobre sus objetos personales y comunican a unos individuos con otros cuando aparecen en la calle.

Adem s de logotipos de marcas y de grupos musicales de ciertos estilos ligados a la cultura los adhesivos reproducen los nombres de bandas de patinadores: algunos patinadores se agrupan informalmente en bandas compuestas por amigos cercanos y pueden difundir la identidad de (stas colocando adhesivos caseros en la calle, sobretodo en las zonas donde se practica el *skate*. En cualquier caso esta costumbre nunca ha sido m s que un componente anecd tico en la cultura. S lo cobra importancia a partir de su adopci n por Shepard Fairey, que parti de ella para desarrollar su sonada campa–a de postgraffiti ic - nico.

Durante sus a–os de estudios en Providence Fairey trabajaba en una tienda de *skate* llamada *The Watershed*. Alrededor de la tienda se form un grupo informal de patinadores apodado *Team Shed* (el equipo shed) que gozaba de un alto status en la escena local del *skate*. Fairey suele narrar el momento en que, buscando una imagen para practicar mientras ense–aba a un amigo a cortar plantillas, tropez en un peri dico con la imagen del grotesco luchador de origen franc s Andr (Andr el Gigante). Andr fue durante los setenta y ochenta una de las m s grandes figuras de la primera generaci n de luchadores de lucha libre televisiva, un deporte espectacular muy popular entonces en Estados Unidos sobretodo entre los ni–os. Su papel en la pel'cula de 1987 The princess Bride (La

(3) El adhesivo original de Shepard Fairey, creado en 1989.

(4) El "icon face" creado por Shepard Fairey en 1995.

Skatearen kulturari lotutako marken eta zenbait musika-estiloren logotipoez gain, eranskailuak patinatzaile-taldeen izenak erreproduzitzen dituzte. Patinatzaileak talde edo bandetan elkartzen dira; batzuetan taldearen identitatea hedatzen dute etxean egindako Eranskailuak kalean itsatsiz, batez ere skatea praktikatzen den inguruetan. Alabaina, ohitura hori bigarren mailako osagarri bat baino ez da izan skatearen kulturan, anekdota hutsa. Garrantzia irabazten hasi zen Shepard Faireyk bere postgraffiti ikoniko kanpaina entzutetsua garatzeko bereganatu zuen unetik aurrera.

Providencen ikasle zen garaian, Fairey The Watershed izeneko skate dendan aritu zen lanean. Dendaren inguruan patinatzaile talde informal bat sortu zen; Team Shed (Shed ekipoa) goitizena jarri zioten taldeari. Estatus handia zuen taldeak inguruko skate zaleen artean. Faireyk kontatzen duenez, lagun bati txantiloiak mozten irakasteko irudi bila ari zela, frantziar jatorrizko André the Giant (André Erraldoia) izeneko borrokalari xelebrearen irudiarekin egin zuen topo egunkari batean. Hirurogeita hamarreko eta laurogeiko hamarkadetan telebistarako borroka librearen lehen belaunaldiko izar handienetakoa izan zen André. Borroka librea oso kirol ikusgarria zen garai hartan Estatu Batuetan, batez ere haurren eta kultura maila urriko jendearen artean. 1987an Andrék "The princess Bride" (Printzesa ezkongaia) pelikulan hartu zuen parte, eta horrek ikaragarri igoarazi zuen bere ospea.

Borroka librea eta skatea herri kulturaren kontrako muturretan daude: bata mutur populista eta zakarrenean dagoen bitartean, bestea kultur adierazpide sofistikatu eta baztertzaileenetakoa da. Fairey molde bien arteko kontrastearen komikotasunaz ohartu zen; izan ere, bere laguna ere patinatzailea zen, eta uko egin zion Andréren irudia erabiltzeari, baldartzat jotzen zuelako. Ukoak komikotasun horri etekina aterako zion Eranskailuak sortzeko bidean jarri zuen Fairey. Andréren aurpegiaren irudiari testu hauxe erantsi zion ("André the Giant has a posse, 7'4'', 520lb", euskaraz: "André Erraldoiak banda bat dauka, 223cm, 235kg", hain zuzen borrokalariaren neurria eta pisua) eta hamar minututan sortu zuen Faireyk ospea emango zion pieza. Ideiaren jatorria lagun arteko txantxa bat zen, bereziki lagun patinatzaileei eta, oro har, skatearen inguruko jendeari zuzendua. Faireyk André bere lagun taldearen maskota bihurtzea erabaki zuen; aurrerantzean taldea ez zen gehiago Tem Shed deituko, baizik eta Andréren banda.

Lehen eranskailuak 1989ko udan ageri ziren, ehunka, skatelari eta patinatzaileak ibiltzen ziren Baltimoreko inguruetan: dendak, patinatzeko arrapalak, klubak... zazpi zentimetro baino gutxiagokoak ziren, kopia-dendan fotokopiatuak. Alabaina, laster batean ingurune naturaletik hiri osora zabaltzen hasi ziren. Fairey berehala konturatu zen eranskailuek ez zuela soikl jatorrizko publiko naturalaren arretaz gain, kaleko jendearena oro har erakartzen zutela. Lehenik jendeak eranskailuari buruz hitz egiten zuela konturatu zen; beranduago, soilik hilabete batzuk beranduago, egunkarian jatorria eta esangura zein ote ziren galdetzen zuen artikulu bat irakurri zuen. Bere esperimentuaren arrakastak harrituta, Faireyri txantxa obsesio bihurtu zitzaion, eta helburu handiagoen atzetik hasi zen. Berehala kotxez erraz joateko moduko New York eta Boston hirietara zabaldu zuen bere kanpaina, eta gero Estatu Batuetan zehar, muturretik muturrera. Urteak aurrera, ekoizpen-sistema ere sofistikatu egin zuen, eta fotokopiatik binilo gaineko serigrafiara pasatu zen, lehenik etxean eginda, gero prozesu industrialen bidez.

Laurogeita hamarreko hamarkadaren erdira arte Shepard Faireyren lanaren funtsa Andréren eranskailua zabaltzea zen. Artistak sarritan esan duenez, graffitiak suspertu zion Andréren eranskailuak ahalik eta gehien hedatzeko grina, hamar urte lehenago Haringi eta Blek le Rati beren irudiak zabaltzekoa piztu zieten bezala. Kasu horietan guztietan, lanen irakurgarritasunak urrundu egiten dituzte graffititik, eta postgraffitiaren esparrura hurbilarazi. Faireyrenean, gainera, bada beste desberdintasun bat, alegia, lehen urteetan, artistak graffitian onartezina zen,. eta postgraffitian ordura arte inoiz erabili gabeko delegazio-taktika bati ekin zion: hasi eta berehala, Fairey kopia-dendetako orri itsasgarrien neurrietara egokitutako irudi errepikatutako pleguak herrialdean zehar zituen lagunei bidaltzeari ekin zion, lagun horiek eranskailuak fotokopiatu, nork bere hirian itsatsi, eta beraiek ere pleguak lagunen artean zabal zitzaten.

Lana delegatze horri esker, Fairey nazioarteko fenomeno bihurtu zuen urte gutxitan bere kanpaina jatorriz apalak. Hedapena ikaragarri hasi zen Fairey iragarki txikiak argitaratzen hasi zenean skateari buruzko Slap aldizkarian eta Flipside punk fanzinean; iragarkietan bi elementu baino ez: eranskailuaren irudia eta zigiludun gutunazal bat bidaltzen zion orori eranskailuak eskaintzen zuen testu kriptiko bat baino ez. Handik gutxira, "nahitaezko dohaintza" ezarri zuen (dolarraren hamar zentimo aleko), kopiak eta iragarkiak

princesa prometida) aument considerablemente la fama del luchador.
La lucha libre y el skate se encuentran en dos polos opuestos de la cultura popular: una representa el extremo m s populista y chabacano y el otro es una de sus manifestaciones m s sofisticadas y excluyentes. Fairey suele narrar c mo percibi la comicidad del contraste entre ambas esferas cuando su amigo, tambi n patinador, rechaz utilizar la imagen de Andr por considerarla vulgar. La negativa le motiv a crear un adhesivo que explotara esa comicidad. A–adiendo al rostro de Andr el texto Andr the Giant has a posse, 7 4 , 520lb (Andr el Gigante tiene una banda, 223cm, 235kg , la medida y peso del luchador), Fairey cre en diez minutos la pieza que le llevar'a a la fama. La idea nace como una sencilla broma interna dirigida al grupo de amigos patinadores y a la escena del *skate* en general. Fairey decidi convertir a Andr en mascota de su grupo, que dejar'a de llamarse *Team Shed* para transformarse en la banda de Andr.

Los primeros cientos de adhesivos, de menos de siete cent'metros y fotocopiados en la copister'a, aparecieron en el verano de 1989 en zonas de Baltimore frecuentadas por la gente del skate como tiendas, rampas de patinaje o ciertos clubs. Pero pronto comenzaron a extenderse m s all del entorno natural de la escena para alcanzar toda la ciudad. Fairey comprob enseguida c mo el adhesivo captaba la atenci n no s lo de la audiencia a la que se dirig'a originalmente sino del p blico general, primero escuchando a la gente hablar sobre ella y en seguida s lo unos meses despu s de haberla creado leyendo en la prensa local un art'culo que se preguntaba acerca de su origen y significado. Sorprendido del alcance de su experimento, la broma se convirti en una obsesi n para Fairey, que comenz a abrigar ambiciones mayores. En seguida extendi su campa–a a Nueva York y Boston, ambas accesibles en coche, y poco despu s la llev a lo largo y ancho de los Estados Unidos. Con los a–os sofistic tambi n su sistema de producci n y pas de la fotocopia a la serigraf'a sobre vinilo, primero casera y m s adelante industrial.

Hasta mediados de los noventa el trabajo de Shepard Fairey consisti sobretodo en la difusi n del adhesivo de Andr. El artista afirma a menudo que el graffiti inspir su impulso de difusi n m xima del adhesivo, de la misma manera que casi diez a–os antes hab'a inspirado a Haring o Blek le Rat la difusi n de sus im genes. En todos estos casos la inteligibilidad del motivo separa el trabajo del graffiti y lo sit a en el campo del postgraffiti. En el caso de Fairey hay una diferencia adicional: durante sus primeros a–os el artista hizo uso de una t ctica de delegaci n inadmisible en el graffiti y que nunca antes hab'a sido vista en el postgraffiti: Fairey comenz enseguida a enviar pliegos con la imagen repetida ajustados al tama–o de las hojas adhesivas comunes en las copister'as a amigos en todo el pa's pidi ndoles que fotocopiaran y pegaran los adhesivos en sus ciudades y distribuyeran a su vez el pliego entre sus conocidos.

Esta delegaci n del trabajo permiti a Fairey convertir su humilde campa–a en un fen meno internacional en el plazo de unos a–os. La distribuci n se expandi enormemente cuando Fairey comenz a publicar peque–os anuncios en la revista de *skate*, *Slap* y en el fanzine punk *Flipside*, en los que aparec'a nicamente la imagen del adhesivo y un cr'ptico texto que ofrec'a pegatinas a cualquiera que enviara un sobre con sellos. Pronto impuso una donaci n obligatoria de diez c ntimos de d lar por unidad para sufragar los gastos de copias y anuncios. Tambi n utiliz las v'as de distribuci n de la escena punk proporcionando adhesivos a sus amigos miembros de grupos musicales para que los introdujeran en las carpetas de sus discos.

El postgraffiti de Fairey comenz a cambiar a partir de que en 1995 creara el icon face (cara icono), la versi n simplificada del rostro de Andr que ha sido desde entonces el motivo central de su trabajo, y comenzara a utilizar las palabras obey giant como slogan principal. Con estos dos elementos como base de su postgraffiti ic nico basado a n en los adhesivos pero tambi n en carteles cada vez m s grandes, menos propicios para la delegaci n el artista ha ido creando numerosas series de im genes de creciente complejidad que han a–adido una componente narrativa a la campa–a. Las im genes aparecen sobre carteles seriados, instalados en la calle o vendidos a aficionados y coleccionistas, y finalmente en obra original para museos y colecciones privadas.

La t ctica delegadora que ayudara a Fairey a multiplicar, una cultura en la que la aparici n de la identidad del artista s lo se tiene en cuenta como rastro f'sico de su trabajo personal y su movimiento por la ciudad. Muchos

ordaindu ahal izateko. Gainera, Faireyk punk giroetako hedapen bideak erabili zituen, eranskailuak eman zizkien musika taldeetan zituen lagunei, beren diskoetako karpetatan sar zitzaten.

Faireyren postgraffitia aldatzen hasi zen 1995ean "icon face" (ikono aurpegia, alegia, Andréren aurpegiaren bertsio sinplifikatua) sortzearekin batera. Ordutik hona, bere lanaren muina bihurtu da, eta "obey giant" hitzak lema nagusi. Postgraffiti ikonikoaren funts gisa bi elementu horiek hartuta (artean eranskailuetan oinarritzen bazen ere, delegazioarako material gaitzagoa zen kartel handiagoetara ere jo zuen), artistak irudi serie ugari sortu ditu, gero eta konplexuagoak, kanpainari nolabaiteko narratibotasuna erantsiz. Irudiak kartel seriatuetan eta kalean ageri dira, zale eta bildumagileei salduta ere bai eta, azkenik, museo eta bilduma pribatuetarako lan orijinal gisan ere.

(5) BNE en Tokyo.

Bere lanaren presentzia ugaltzea ahalbidetuko dion delegazio-taktikak graffitiaren oinarrizko ezaugarrien kontra jotzen du; izan ere, graffitiaren kulturan artistaren identitatea soilik hartzen da kontuan bere lan pertsonalaren eta hirian zeharreko mugimenduen aztarna fisiko gisa. Postgraffitiaren artista ugarik bat egiten dute ikuskera horrekin; Fairey da delegazioa erabili duen maila goreneko artista bakarra. Alabaina, postgraffitiaren joan den hamarkadaren amaieratik bigarren mailako artista ugarien artean ohikoa da "sticker trading" (eranskailuen trukea) delakoa. Artistek posta bidez trukatzen dituzte eranskailuak, dela afizio edo bildumazaletasunagatik, dela norberaren irudiak beste hiri batzuetan ikusteko gogoak bultzatuta. Trukaketan oinarritutako kultura bat sorrarazi du horrek guztiak; hainbat web orri dira horren isla, bai eta parte hartu nahi duen artista ororen eranskailuak jaso, trukatu eta erakusten diren ekitaldiak ere, batez ere Estatu Batuetan.

Eranskailuak hiri interbentzionismoan

Hiriko artearen egungo egoerak hiri interbentzionismo deitzen dugun eta postgraffititik urrun dagoen praktika eragin ditu; gutxienen joera izan arren, nahikoa agerikoa da. Hiri interbentzionismoan artistaren identitatea desagertu egiten da, obra bakoitza independente eta anonimoa da. Artistak lekuari erantzuteko modua, graffitian eta postgraffitian balore nagusi zen hura, proposamen artistikoaren osagarri bakar bihurtzen da oraingoan: pieza bakoitza behaketatik jaiotzen da, artistaren eta testuinguruaren elkarrizketaren, kokapen jakin baten bereizgarrietatik abiatzen den sormen prozesuaren ondorio eta emaitza da.

Horren adibide dira SpY madrildarraren lanak, edota Darius eta Downey-ren jolasak hiri altzariekin. Admas eta Itso bikoteak hiri interbentzionismoaren baitako ale sotilenak sortu dituzte orain artean.

Joera honetako ekoizpen batzuetan eranskailuak erabiltzen dira, nahiz eta ez dagoen irizpide jakin eta konstanterik. Hobeto esanda, ez dago konstanterik batere hiri interbentzionismoan; izan ere, ezaugarri du piezak testuinguruan oinarrituta sortzen direla. Horrenbestez, irtenbide teknikoen gama ia-ia testuinguru eta obrena bezain zabala da. Eranskailuak, erabiltzekotan, batez ere serie itxurako interbentzionismo ale urrietan erabiltzen dira. Kasu bereziki ezaguna The Bubble Project izenekoa da, 2002tik aurrera Ji Leen-ek New Yorken garatua. Proiekturako, komikietako dialogoak gordetzen dituzten bunbuiloen itxurako 50.000 eranskailu zuri inprimatu ditu. Egileak metroko iragarkietako pertsonaiei eransten dizkie bunbuiloak, kaletarrek nahi dutena idatz dezaten; hartara, publizitate-monologoa dialogo bihurtzen da, eta parte hartzeko aukera ematen dio edonori. Leek duen web orrian interbentzioei buruzko dokumentazioa biltzen du, eta bunbuiloak jaitsi daitezke inprimatzeko. Proiektuaren gaineko irudi sorta hautatua islatzen duen liburu bat ere argitaratu du. Antzeko ekimenak egin izan dira baita Italian eta Argentinan ere, besteak beste.

artistas del postgraffiti comparten esta visi n, y Fairey es la nica figura principal de la escena que haya hecho uso de la delegaci n. Sin embargo, entre los numeros'simos artistas menores del postgraffiti es com n desde finales de la pasada d cada la pr ctica de lo que se ha dado en llamar sticker trading (intercambio de adhesivos). Los artistas intercambian entre s' sus adhesivos a trav s del correo, tanto por afici n y coleccionismo como con el objetivo de que sus im genes sean instaladas en las calles de ciudades diferentes a la propia. La pr ctica ha dado lugar a una cultura centrada en el intercambio representada por diversas p ginas web y por eventos celebrados sobretodo en Estados Unidos en los que se reciben, intercambian y muestran adhesivos de tantos artistas como quieran participar.

Los adhesivos en el intervencionismo urbano

La actual escena del arte urbano ha dado lugar en los ltimos a–os a pr cticas alejadas del postgraffiti que denominamos intervencionismo urbano, una corriente minoritaria aunque bastante visible. En el intervencionismo urbano desaparece la identidad del artista y cada obra es independiente y an nima. La manera en que el artista responde al lugar, ese valor principal del graffiti y del postgraffiti, se convierte aqu' en el nico componente de la propuesta art'stica: cada pieza nace de la observaci n y es producto de una conversaci n entre el artista y el contexto, de un proceso creativo que parte de las particularidades de una localizaci n concreta. Los trabajos del madrile–o SpY o los juegos de Darius y Downey con el mobiliario urbano son buenos ejemplos. La pareja Adams e Itso ha producido las muestras m s sutiles de intervencionismo urbano hasta la fecha.

Algunas producciones de esta corriente utilizan el adhesivo, aunque no existe una constante al respecto. No existe en realidad constante alguna en el intervencionismo urbano, que se caracteriza precisamente por la gestaci n de cada pieza a partir su contexto, de modo que la variedad de soluciones t cnicas es casi tan amplia como la misma variedad de contextos y obras. El adhesivo es utilizado sobretodo en los escasos ejemplos de intervencionismo urbano que toman forma de serie. Un caso especialmente popular es *The Bubble Project*, desarrollado por Ji Lee en Nueva York desde 2002, para el que ha impreso 50.000 adhesivos en blanco con la forma de los bocadillos que albergan los di logos en los tebeos. El autor aplica los adhesivos junto a los rostros reproducidos en los anuncios del metro y otros anuncios accesibles con el objetivo de que los transe ntes escriban sobre ellos sus propias l'neas de texto, convirtiendo as' el mon logo publicitario en un di logo que da a cualquiera la oportunidad de participar. Lee mantiene una p gina web que recopila documentaci n de las intervenciones y permite descargar los bocadillos para su impresi n, y ha publicado un libro que recoge una selecci n de im genes del proyecto. Iniciativas equivalentes han sido emprendidas en Italia y Argentina entre otros lugares.

(1) usuario de Flickr Mattack.

(2) usuario de Flickr Jemsweb.

(3) usuario de Flickr Noah Sussman.

(4) usuario de Flickr Michael Zappa.

(5) usuario de Flickr Antjeverena

Las imágenes se publican bajo la licencia Creative Commons.

HAUSKORRA

FLORENT MAZZOLENI

Fotos realizadas por Florent Mazzoleni, Vitoria-Gasteiz, octubre 2008.

Graffitiaren fedea

«Izena, horixe da graffitiaren fedea». Horrela definitu zuen Norman Mailerrek errotuladoreez eta espraiez egindako sinaduren eztanda liluragarri hura, 60ko hamarkadaren amaieran New Yorken nabarmendu zena. Sagar Handiko metroetan barrena barreiaturik galeria mugikor erraldoi baten antzera, graffiti motako margolan eta idazkiak zeinu apokrifo izan ziren denbora askoan, eta horien egileek, gazte beltzak eta Puerto Ricokoak gehienak, ez zuten inolako garrantzirik New Yorkeko kultura-gizartean. Horregatik, 1974ra arte, hain zuzen ere The Faith of Graffiti argitaratu arte, itxaron behar izan genuen graffitia adierazpide osotzat hartzeko. Liburu horretan Mervin Kurlansky-ren eta John Naar-en argazkiak jaso ziren, baita Normal Mailerren azalpen-testua ere.

Idazle amerikar handiak analogia hunkigarriak ezarri zituen Cay 161, Stay High 149 edo Superkool 223 sinaduren eta arte modernoaren historiaren eragin handieneko artelanen artean. Hortaz, graffitia bandalismoaren adierazpide kolorista baino zerbait gehiago ere bazen, eta ideia hori hainbat kazetari, kritikari eta soziologoren artean hedatzen hasi zen. Jendea ohartu zen, beraz, ad hoc kultura bat, librea eta guztiz desinteresatua, sortzen ari zela («metroko graffitiek ez dute inolako mezurik, eta hutsune horrek ematen die indarra eta zentzua, hezigaitzak bihurtzeraino», adierazi zuen Jean Baudrillard-ek garai hartan), eta hori New Yorkeko metroaren graffitiaren urrezko garaian gertatu zen, hau da, 1974tik 1981era bitarteko aldian. «Metro-geltoki batean eserita zaude, dena grisa da eta zikinkeria da nagusi. Bat-batean graffiti tren horietako bat iristen da, eta den-dena argiztatzen du, Latinoamerikatik etorritako lore-sorta handi bat balitz bezala» adierazi zuen, mirespenez, Claes Oldenburg pop artistak.

Graffiti writerrek beren izen, idazki edo margolanak bagoietan ikusten dituzte hara-hona writers´cornerretatik, Bronxeko Grand Concourse-ren eta 149. kalearen arteko bidegurutzetik, esaterako, eta, bide batez, New Yorkeko graffiti produkzioa konparatzen eta epaitzen dute, miretsi edo gaitzetsi egiten dute. Mailerrek idatzi zuenez, writerrak «ezagunak, ospetsuak eta distiragarriak dira bertan, rock izarrak balira bezala». Soziologoek ere arreta jarri dute sozializazio informaleko toki horietan, eta estetika-bizitasun oparo hori bideratzen ahalegindu dira. Hala, Hugo Martínez soziologo gazteak United Graffiti Association elkartea sortu zuen, 1972an. Martínezek uste zuenez, metroetan pintatua zegoena mihiseetan ere egon zitekeen, eta, hala, salgai egon. Ildo horretatik, garaiko writer onenak bildu zituen, hala nola Phase 2 edo Bama, eta sormena bideratzeko beste baliabide bat jarri zuen haien eskura. Izan ere, lanak mihise gainean egiteko proposatu zien, eta gero erakusketak antolatu zituen. Horrelako proiektu bat berri-berria zen garai hartan; nolanahi ere, erakusketa kolektibo batzuk ere antolatu ziren, Broadwayko Razor Gallery galerian, esaterako. 80ko hamarkadaren hasieran, gero eta zailagoa zen

FRÁGIL

FLORENT MAZZOLENI

La fe del graffiti

El nombre, □sa es la fe del graffiti . En estos t□rminos defin'a Norman Mailer la explosi n deslumbrante de firmas hechas con rotulador y spray en la Nueva York de finales de los 60. Esparcidos por los metros de la Gran Manzana, como si se tratara de una gigantesca galer'a m vil, las pinturas y los escritos graffiti estuvieron relegados durante mucho tiempo al rango de signos ap crifos cuyos autores, j venes negros y puertorrique–os, no ten'an ning n peso en la sociedad cultural neoyorquina. Por eso hubo que esperar hasta 1974 y la aparici n de *The Faith of Graffiti*, un libro que recoge fotograf'as de Mervin Kurlansky y de John Naar, as' como un texto explicativo de Normal Mailer, para que el graffiti fuera considerado un medio de expresi n completo.

El gran escritor americano estableci analog'as sobrecogedoras entre las firmas de Cay 161, Stay High 149 o de Superkool 223 y las obras m s influyentes de la historia del arte moderno. La idea de que el graffiti sea algo m s que una forma colorista de vandalismo empieza entonces a extenderse entre algunos periodistas, cr'ticos y soci logos. Esta toma de conciencia de una cultura *ad hoc*, libre y totalmente desinteresada (*los graffiti del metro no tienen ning n mensaje, es este vac o el que les da su fuerza y su sentido, son indomables* se–al Jean Baudrillard en el mismo periodo) corresponde a la □poca dorada del graffiti en el metro neoyorquino, entre 1974 y 1981. L'neas de metro pintadas de arriba abajo hicieron circular los egos de la juventud de los guetos a trav□s de toda la ciudad.

Est s sentado es una estaci n de metro, todo es gris y est sucio. Llega de repente uno de esos trenes graffiti que ilumina el entorno como un gran ramo llegado de Am□rica Latina coment , con admiraci n, el artista pop Claes Oldenburg.

Los *graffiti writers* ven pasar sus nombres, escritos o pinturas en los vagones de metro, desde los *writers‹corners* , como la intersecci n de Grand Concourse y de la calle 149 en el Bronx, comparando y juzgando, admirando o rechazando la producci n graffiti neoyorquina. Mailer escribi que los *writers* all' son *conocidos, famosos y brillan como las estrellas de rock* . Estos lugares de socializaci n informal no escapan a los soci logos que intentan canalizar esta vitalidad est□tica exuberante. As', Hugo Mart'nez, un joven soci logo, pone en marcha, en 1972, la United Graffiti Association. Pensaba que aquello que estaba pintado en los metros tambi□n podr'a estarlo en un lienzo y, de esa manera, ser vendido. Entonces re ne a los mejores *writers* de la □poca, como Phase 2 o Bama y expone sus obras realizadas sobre lienzos, ofreciendo un nuevo medio a su creatividad. Un proyecto de este tipo result ser adelantado a su □poca, a pesar de que se organizaron algunas exposiciones colectivas, sobre todo en la Razor Gallery de Broadway. Hubo que esperar hasta principios de los 80, cuando se volvi cada vez m s dif'cil hacer graffiti en los metros, para

Fotos realizadas por Florent Mazzoleni, Vitoria-Gasteiz, noviembre 2008.

metroetan graffitiak egitea, eta orduantxe writerrak, ingurunea aldatzearekin batera artista bihurtu zirenak, Manhattango galerietan sartzen ari ziren. Hala, 1980ko ekainean, Lee, Zephyr, Crash, Futur 2000 eta Lady Pink egileen lanak Times Square Show galerian erakusgai jarri ziren. «Hamarkadaren lehen erakusketa erradikala» izan zen. Galeristek eta arte-saltzaileek artista-estudioak alokatu zituzten, haien nahiak mihiseetan islatzeko aukera izan zezaten, eta hori lan-baldintza egokietan, metroko tunelen presioaren eta arriskuetatik urruti. Aldi berean, Henry Chalfantek metro-bagoien («whole cars») argazkiak jarri zituen erakusgai, hain zuzen ere Leek, Dondi-k edo Blade-k goitik behera margotu zituzten metro-bagoien argazkiak. Bronxen, Fashion Moda ireki zuten, graffiti lanetarako galeria, eta, jarraian, Fun Gallery. 1981ean «New York, New Wave» erakusketa antolatu zen, PS1-en, eta, horri esker, graffiti artist batzuek beren lanak atzerrian —Alemanian, Amsterdamen, Italian, Hong Kongen eta Japonian— erakusteko aukera izan zuten.

1982an, artearen espekulazioa pil-pilean zegoen garaian, kritikak, oro har, graffiti art «Ameriketako arte-mugimendu beroena» zela onartu zuen. Graffiti artistak herri-kulturaren ikono bihurtu ziren, eta modako klubetan edo Blondie-ren bideoklipetan nabarmendu ziren. Sortzen ari zen hip hop mugimenduak bultzaturik, graffitia, adierazpide berria, mundu osora zabaldu zen. Keith Haring-ek, Jean-Michel Basquait-ek edo Kenny Scharf-ek ikusi zuten, halaber, metroan edo kalean sinesgarritasuna lortzea garrantzi handikoa zela New Yorkeko artearen ingurunean arrakastatsua izateko. Alabaina, artista horiek metroko writerrek baino ospe handiagoa lortu zuten.

1983an, ordea, Sidney Janis galerian antolatutako «Post-Graffiti» erakusketa kolektiboaren haritik, kritikak astindu ederra eman zien graffiti artist esanguratsuenei, Lee-ri eta Futura-ri, esaterako. «Mihise gainean, bai, baina oraindik ere zigorra da begientzat» adierazi zuen, zorrotz, New York Times egunkariak. MOMAren ordezkari bat urrunago joan zen: «graffitigileak egunsentian exekutatu beharko lituzkete!». Erakusketa horrek belaunaldi oso baten arte-apeta guztiak lurperatu zituen, hasiera izugarriaren ostean hiru urte bakarrik igaro ondoren. Artistak kale gorrian aurkitu ziren, metroko tunelak baino askoz ere okerragoa den arte-ingurunearen oihanean galduta, diru errazean eta drogan eroriak eta ospea guztiz kaltetuta. Alabaina, graffiti mihiseak esportatzen hasi ziren mundu osoan barrena. Metroko graffitiak, ordea, indarra galdu zuen pixkanaka, galeriek izandako arrakastak jota utzi baitzituen writer´s cornerrak. Richard Goldstein-ek, 70eko hamarkadaren hasierako graffitiaren lehen jarraitzaileetako batek, honela deskribatu zuen egoera:

«Mihise gaineko lanak beren ospetik bizitzen hasi dira. Graffitigile onenak bilakatzen ahalegintzen ari dira, ikusle heldu eta jakin batzuk limurtzeko, heldu egiten ari dira nolabait. Tag-aren ordez, benetako abstrakzioa eta irudikapena nagusitzen hasten da. Artista horietako batzuek jarraitu egiten dute, oraindik ere, graffitiari koherentzia iruzurgilea eman zion bultzada kolektiboaren ildo beretik, baina lan arrakastatsuenek erabateko indibidualtasuna ematen dute aditzera. Muturreko indibidualtasun hori, hain zuzen, mendebaldeko artearen ikurra da, baita arte horrek erosotasun gisa duen balioaren oinarria ere. Nire ustez, graffitiak arrasto handia utziko du herri-kulturan. Baina hori ere artea da, benetakoa eta oldarkorra. Graffitiak bere herri-oinarriaren dekorazio-balioei eusten die, baina haren etorkizunak airean jarraitzen du oraindik ere…»

Proposamen horiek ezin hobeto islatzen dute New Yorkeko panoramaren protagonista nagusien bilakaera; horri jarraiki, gaur egun guztiz bestelako ingurune batean erakusten dituzte artistek beren lanak. Modaren eta espekulazioaren eragina atzean geratu da, eta, horren ordez, benetako bilakaera eta aparteko heldutasun plastikoa nagusitu dira. Graffiti artist beteranoek writerren belaunaldi berriei egin behar diete aurre gaur egun mundu osoan: Sao Paulotik Tokiora, Melbournetik Varsoviara, Johannesburgetik Gasteizera, writer gazteek New Yorkeko aurrekari ospetsuen arrastoari jarraitzen diote. Oraingo honetan, izenak, graffitia mundu osoan hedatzeko eragile nagusia izan denak, irudikapen plastiko abstraktu edo figuratibo soil bati utzi dio tokia.

Zeinuaren erlijioa

80ko hamarkadaren erdialdetik, Gasteizen, Europako hiri guztietan bezalaxe, Atlantikoaz bestaldean hamar urte lehenago sortutako graffitiaren eta hiri-kulturen uholdeak nabari dira. Hiri-lurralde orotan bezala, Gasteizen ere tagak, throw-upak, pieceak, sinadurak eta bestelako graffiti zeinuak ugaritu dira, errotuladore, esprai, sticker edo grabatuak erabiliz egindakoak. Kaleko izen eta nortasun baten bermea diren zeinu horiek bilakatu egin dira, eta dagoeneko ez dira izenaz bakarrik arduratzen.

«Post-graffiti» erakusketak, 1983an New Yorken antolatu zutenak, graffiti baliabideen aukera berriak erakutsi zituen. Graffiti zeinuek berehala elkarreragin zuten hiri-paisaiako beste hainbat zeinurekin, nola zeinu ofizialekin (seinaleak), hala hiri-geografiaren

que los *writers*, convertidos en artistas al cambiar de medio, efectuar n su entrada en las galer'as de Manhattan.

As', en junio de 1980, Lee, Zephyr, Crash, Futur 2000 y Lady Pink expusieron en el Times Square Show, la calificada como *la primera exposici n radical de la d□cada* . Los galeristas y los vendedores de arte alquilan estudios de artistas para que plasmen sus ambiciones sobre lienzos, en condiciones de trabajo que difieren profundamente de la presi n y los peligros de los t neles de metro. De forma paralela, Henry Chalfant comienza a exponer fotograf'as de vagones de metro (*whole cars*) totalmente pintados por Lee, Dondi o Blade. Una galer'a consagrada completamente al graffiti, Fashion Moda, abre sus puertas en el Bronx, seguida poco despu□s por la Fun Gallery. La exposici n *New York, New Wave* que se organiza en el PS1, en 1981, permite a algunos *graffiti artists* exponer en el extranjero, en Alemania, msterdam, Italia, Hong Kong e incluso Jap n.

En 1982, en plena ebullici n especulativa art'stica, el *graffiti art* es reconocido por la cr'tica como *el movimiento art stico m s caliente de Am□rica* . Los *graffiti artists* se convirtieron en iconos de la cultura popular que encontramos en los clubs de moda o en los videoclips de Blondie. El movimiento *hip hop* que estaba surgiendo catapulta al graffiti como nuevo medio de expresi n a escala mundial. Keith Haring, Jean-Michel Basquait o Kenny Scharf tambi□n entienden la importancia de tener una credibilidad venida del metro o de la calle para llegar a tener □xito en el entorno del arte neoyorquino. Parad jicamente, estos artistas llegaron a ser m s famosos que los *writers* del metro.

Sin embargo, en 1983, con la exposici n colectiva *Post-Graffiti*, organizada en la galer'a Sidney Janis, la *cr□me* de los *graffiti artists*, desde Lee hasta Futura, fue aplastada por la cr'tica. *Sobre lienzo, cierto, pero sigue siendo un castigo para la vista* comenta, acerbo, el New York Times. Un responsable del MOMA lleg a decir que *los graffiteros deber an ser ejecutados al alba!* . Esta exposici n entierra las veleidades art'sticas de toda una generaci n, tres a–os despu□s de sus apabullantes inicios. Los artistas se encontraron tirados en la jungla del entorno del arte, todav'a m s pernicioso que los t neles de metro, entre el dinero f cil, la droga y las reputaciones arruinadas. El graffiti comienza, no obstante, a exportarse sobre lienzos, un poco por todo el mundo, mientras que el graffiti de metro se estanca progresivamente, el □xito de las galer'as dej las *writer«s corners* exang es. Richard Goldstein, uno de los primeros partidarios del graffiti a principios de los a–os 70 analiza as' la situaci n:

Estas obras sobre lienzos empiezan a vivir de su reputaci n. Los mejores graffiteros intentan evolucionar para seducir a un p blico adulto y determinado, maduran. El tag *cede su lugar a la aut□ntica abstracci n y a la representaci n. Aunque algunos de estos artistas todav a se asemejan al impulso colectivo que dio al graffiti su coherencia mistificadora, las obras de m s □xito sugieren una individualidad exacerbada, que es la marca del arte occidental y la base de su valor como comodidad. Creo que el graffiti dejar una huella importante en la cultura popular. Pero eso tambi□n es arte, aut□ntico e impulsivo. Aunque el graffiti retiene los valores decorativos de su base popular, su futuro sigue siendo incierto*

Estas propuestas reflejan perfectamente la evoluci n de los principales protagonistas de este panorama neoyorquino que exponen hoy en d'a en un contexto totalmente diferente. El efecto de moda y la especulaci n se han quedado atr s y han sido reemplazados por una b squeda real y una madurez pl stica extraordinaria. Los *graffiti artists* veteranos se enfrentan hoy en d'a por todo el mundo a las nuevas generaciones de *writers*, que de Sao Paulo a Tokio, de Melbourne a Varsovia, de Johannesburgo a Vitoria siguen la pista de sus prestigiosos antecesores neoyorquinos. En esta ocasi n, el nombre, que ha sido el vector principal de propagaci n del graffiti en el mundo entero, cede su lugar a una pura representaci n pl stica, ya sea abstracta o figurativa.

La religión del signo

Desde mediados de los a–os 80, como todas las ciudades europeas, Vitoria-Gasteiz ha experimentado las oleadas del graffiti y de las culturas urbanas creadas al otro lado del Atl ntico una d□cada antes. Como todo territorio urbano, Vitoria-Gasteiz ha tenido que hacer frente a una proliferaci n de *tags*, *throw-ups*, *pieces*, de firmas y otros signos graffiti, ejecutados con rotulador, con spray, *stickers* o grabados. Estos signos que afirman un nombre y una identidad de la calle han ido evolucionando y se han desprendido de su simple fe en el nombre.

La exposici n *Post-graffiti* organizada en Nueva York en 1983 dejaba entrever las nuevas posibilidades del medio graffiti. Los signos graffiti interactuaron r pidamente con otros signos del paisaje urbano, ya fueran oficiales como las se–ales ya fueran aquellos que par-

adierazpide intimoekin (geziek zulatutako bihotzak edo maitaleen izenak uztartzen zituzten giltzak, esaterako). Merkataritza-kartelak, munduko marka handiak eta hiriaren eta kapitalismoaren bestelako ikurrak ere jomugan izan zituzten, baina horiek guztiak, aldi berean, inspirazio-iturri natural bihurtu ziren. Eta hortxe kokatzen da, hain zuzen, Juan Azpitarteren estetika-jarduna.

Donostiarra jatorriz, Juan hiri-ibiltaria da. «Frágil» (Hauskorra) dio haren sticker hondatuetako batek, gris antrazita eta malba koloretako Nikeren txandaltxaketa batean itsatsia. Zeinu-mundu batean bizi gara. Gu guztiok bezala, Juan zeinu-mundu horretan murgilduta dago. Are hobeto, irribarre eskuzabalaz eta adiskidetasunezko zaplada batez interpretatzen ditu, artista bilakatzen den hiri-paisaian berriz ere erabili ahal izateko.

2008ko azaroan Gasteizen antolatu zen «Signos sobre signos» (Zeinuak zeinu gainean) tailerrean, Juanek erakutsi ahal izan zuen graffiti writer gisa egindako ibilbidea bere arte-jardunari gailendu zitzaiola. Stickerretatik abiatuta bereziki, lanak hiri-ingurunera berregokitzeko aukera ematen dio, eta ingurune horretan ohiko zeinu hondatuen edo emozio pertsonalagoen arrastoa uzten du. Graffitiaren naturaltasunak, mugimenduaren zentzuak eta hiri-unibertsoaren atzemate subjektiboak koreografia zoragarria osatzen dute, eta tailer horretan koreografia horri bultzada eman nahi izan diote.

Jacques Villéglé-ren kartel urratuak edo Roland Barthes-en palinpsesto sublimatuak bezalaxe, Juan Azpitarteren iragaitzazko zeinuak hirian nagusitu dira. «Edozein gauzaren parte naizela jakitea gustatzen zait. Nahiago dut bestelako bitartekoekin elkarreragin ikusle pasiboekin eta begirada lauekin harremanetan jarri baino. Inguruko gauzekin eta jendearekin jardutea eta erreakzionatzea atsegin dut. Elkartrukea nahi dut. Gauzen erdian egon nahi dut, eta gauza horiek gogo biziz bizi» bota du, bere estetika-jarduna —soila, baina hibridazio ugarietara irekia— justifikatzeko.

Lehen, idazketa eta pintura baino ez zeuden harentzat. Eta bi olatu horiek talka egiten zuten, «kontraolatuak» ziren. Talka egitean, olatuek beldurra, barne-astinduak eragiten dituzte, eta, jarraian, hiria hartzen dute berriz ere, zeinu, kolore eta kontraolatuen eztanda batean. Batzuetan agerian eta beste batzuetan lausoago, kale-hormetako hizkuntza horrek sakoneko emozio-geografia zintzoa ematen du aditzera, benetako barne-muga bat.

«Nire lana nire izaeraren isla gisa sentitzen dut, meteorologia pertsonal baten antzera. Bide aldapatsua da, begirada holistikoa helburutzat duena, baina baita ubide bat ere, sentsazio-alternantzia moduko bat, ezkerralderako bihurgune bat eta eskuinalderako beste bat dituena. Bidea, bistan da, ez da zuzena, baina ederra da» adierazi du Juanek, poeta gozozale baten antzera.

Sigi-sagako bide horren bitartez, Juanek bere emozioak eta bere izaera proiektatzen ditu hiriaren bihotzean. Gasteiz, Donostia, Bordele, Paris, New York eta mundua Juanen lanean eta esperientzian nabari dira. Bere collageen, bere gaininpresioen, bere stickerren, bere irribarrearen artisautza islatu egiten da, ibili, maitatu eta ezagutu dituen hiri horietan guztietan.

1976an, «L´échange symbolique ou la mort» funtsezko liburuan, Jean Baudrillardek aipatu zuen hiria «zeinu bereizgarriez partzelatutako gunea» zela. Horren haritik, zeinuek gure eguneroko bizitzan gero eta garrantzi handiagoa dutela adierazi zuen: «Hiri berriak, premien eta funtzio/zeinuen operazio-azterketaren ondorio zuzena dira. Gaur egungo hiriak ez dira hemeretzigarren mendeko poligono politiko-industrialak, zeinuetan, komunikabideetan eta kodeetan oinarritutako hiriak baizik».

Hogeita batgarren mendeko hiria plurala eta funtzionala da maila askotan, hirigunearen eta hiri-ingurune modernoaren arteko harremana dela medio, batik bat. Sinbolismoa gero eta handiagoa da, hirigunearen eta hiri-inguruaren arteko ibilbidea argiztatzen duten seinale ugariek aditzera ematen dutenez. Oinezkoa izan, edo garraiobide publikoko gidaria edo bidaiaria izan, begiradak eta bisualak gero eta garrantzi handiagoa dute. Alabaina, Juanek moderazio pixka bat ekarri nahi du zeinu guztiahaldunaren aro honetara: «Nik ez nuke esango zeinuaren aroan bizi garenik; zehazkiago, bisualaren aroan bizi garela iruditzen zait niri. Ahozkoaren mundutik ikusmenaren mundura igaro gara, nire ustez» aipatu du, lasaitzeko bezala.

Logikoa denez, artistak bere adierazpen plastikoan eredu izan dituen zeinuak ekarri nahi izan ditu gogora: «Gurutzea, lerroen arteko topaketa (gurutzatzen diren bideen antzera) izan dira gehien eragin didaten zeinuak. Nire hezkuntza katolikoak, berriz ere azaleratu denak, zeresana izan du horretan. Nire bigarren zeinu fundatzailea, berriz, Ipar Amerikako filmetan ikusi ohi dugun lerro etengabea da. Ematen didan erritmoak abiadura sentitzeko aukera ematen dit, lerro hori, beteta eta hutsik aldi berean, igarotzen denean. Lerro horretan, halaber, ezkerraren eta eskuinaren arteko harremana suma dezaket. Hirugarren zeinua biribilgunea da, lerro etengabe kurbatua alegia. Skate baten gainean landu dut ideia hori, indar zentrifugoen aurkako borroka-ahaleginean. Ezkerraren eta eskuinaren arteko alternantzia horren uhindura ezin hobea. »

Biribilguneek —eta, jarraian, hiriko berehalako

ticipaban en formas 'ntimas de geograf'a urbana como los corazones atravesados de flechas o las llaves que un'an los nombres de los amantes. Los carteles comerciales, las grandes marcas mundiales y otros s'mbolos urbanos y capitalistas fueron asimismo su objetivo, pero tambi□n fuentes naturales de inspiraci n. Es precisamente aqu' donde se inscribe la pr ctica est□tica de Juan Aizpitarte.

Originario de San Sebasti n, Juan es un caminante urbano. *Fr gil* proclama una de sus *stickers* corrompidas pegada sobre una chaqueta de ch ndal gris antracita y malva, de Nike. Vivimos en un mundo de signos. Como todos nosotros, Juan no escapa a este mundo de signos. Mejor a n, los interpreta en una sonrisa generosa y una palmada amistosa para poder reutilizarlos a trav□s del paisaje urbano en el que evoluciona.

Durante el taller *Signos sobre signos*, organizado en Vitoria-Gasteiz en noviembre de 2008, Juan mostr c mo su trayectoria de antiguo *graffiti writer* se impuso sobre su propia pr ctica art'stica. Funcionando b sicamente a partir de *stickers*, su trabajo permite readaptarse al espacio urbano dejando en □l signos habituales corrompidos o emociones m s personales. La espontaneidad del graffiti, el sentido del movimiento y la aprehensi n subjetiva del universo urbano forman una coreograf'a apasionante, puesta en pr ctica a lo largo de este taller.

Al igual que los carteles rasgados de Jacques Vill□gl□ o los palimpsestos sublimados de Roland Barthes, los signos en tr nsito de Juan Aizpitarte se imponen en la ciudad. *Me gusta saber que formo una capa de cualquier otra cosa. Prefiero tener interacciones con otros medios en lugar de un p blico pasivo y una mirada plana. Me gusta actuar y reaccionar con las cosas y la gente que me rodean. Quiero que haya un intercambio. Quiero estar en medio de las cosas y vivirlas intensamente* lanza para justificar su pr ctica est□tica, una pr ctica sobria pero abierta a m ltiples hibridaciones.

Antes, para □l exist'an la escritura y la pintura. Una ola que se chocaba con otra ola, *una contraola* . Al chocarse, las olas provocan sobresaltos, conmociones 'ntimas, para regresar a la conquista de la ciudad en un estallido de signos, colores y *contraolas*. A veces visible, a veces difuso, este idioma de las calles y de los muros refleja una geograf'a emocional profunda y sincera, una aut□ntica frontera interna.

Siento mi trabajo como un reflejo de mi naturaleza, como una meteorolog a personal. Lo siento como un sendero cuesta que tiene como objetivo una mirada hol stica, pero tambi□n como una v a de agua, una alternancia de sensaciones, con un pliegue a la izquierda, con un pliegue a la derecha. El camino, por supuesto, no es directo, pero es bello comenta Juan.

Este camino en acorde n, esta v'a ondulante no es otra que la proyecci n de sus emociones y de su ser en el coraz n de la ciudad. Vitoria-Gasteiz, San Sebasti n, Burdeos, Par's, Nueva York y el mundo desfilan en su trabajo y en su experiencia. La artesan'a de sus *collages*, de sus sobreimpresiones, de sus *stickers*, de su sonrisa misma se refleja en estas ciudades que ha recorrido, amado y conocido.

En 1976, en su libro seminal *L'□change symbolique ou la mort*, Jean Baudrillard califica la ciudad *de espacio parcelado de signos distintivos* . Analiza el papel cada vez m s importante de los signos en nuestra vida diaria: *Las nuevas ciudades son una consecuencia directa del an lisis operacional de las necesidades y las funciones/signos. La ciudad hoy en d a ya no es el pol gono pol tico-industrial que era en el siglo diecinueve, es una ciudad de signos, de medios de comunicaci n y de c digos* .

La ciudad del siglo veintiuno es plural y funcional a muchos niveles, sobre todo por la relaci n entre el centro de la ciudad y la periferia moderna. El simbolismo es cada vez m s fuerte, aunque s lo sea por la inflaci n de las se–ales que iluminan el recorrido entre el centro y la periferia. Peat n, conductor o pasajero de transporte p blico, la mirada y lo visual tienen cada vez m s importancia. Juan modera sin embargo esta era del signo todopoderoso: *No estoy seguro de que nos encontremos realmente en esta era del signo, sino m s bien en la era de lo visual. Hemos pasado del mundo de lo oral al de la vista, me parece* desliza Juan, como para tranquilizarse.

El artista evoca, naturalmente, los signos que le han marcado en su expresi n pl stica: *Los signos que me han influido son la cruz, el encuentro de dos l neas, como dos caminos que se cruzan. Tambi□n es el peso de mi educaci n cat lica que resurge. La l nea continua de la carretera que vemos en las pel culas norteamericanas es mi segundo signo fundador. El ritmo que me proporciona permite sentir la velocidad cuando esa l nea desfila, al mismo tiempo, llena y vac a. En ella tambi□n percibo la relaci n entre la izquierda y la derecha. El tercer signo es el c rculo de las rotondas, la l nea continua curvada. Hab a trabajado sobre eso en un* skate*, intentando luchar contra las fuerzas centr fugas. Una ondulaci n perfecta*

irteerek— mugatu egiten dute neurri batean Gasteizko hiri-eskema, eta ibiltaria berriz ere hirigunera eramaten dute, ezinbestean. Dirudienez, Euskadiko eskualde-metropoli honetan, hiri-sare plurisekularraren erdigunera azkarregi iristen da, metropolia zehazten duten modernotasun-ikur nagusiak azkarregi iritsi diren bezala. Alde Zaharraren eta Alde Zaharra inguratzen duen hiri berriaren arteko barne-muga oso bestelakoa da. Zeinu boteretsuak dituen zerbitzu-hiria izaki, Gasteizek ibiltzeko eta jokatzeko eremu ezin hobea jartzen du gure hiri-ibiltariaren eskura.

Hark inguratutako hirian barrena arin nabigatuz, Juan Aizpitarteren unibertsoan azalaren eta zeinuen arteko uhindura nabari da, eta eztandaren indarra askoz ere sakonagoa da. Gaur egun gure hirietan ezartzen dituen zeinuak —gurutzatzen diren bideak, lerro etengabeak edo biribil etengabeak— bere burua finkatzeko elementuak dira, baita hiriarekin oso harreman demokratikoa ezartzeko elementuak ere. Juanek zehaztu duenez: «Hizkuntza bisual publikoaren eta irudi mental sinbolikoaren arteko harremana aztertzea interesatzen zait. Feedback bat dago azterlanetik eratorritako zeinuen, gizakien pertzepzioaren eta zeinu horiei ukitu partikularragoa eman nahi izatearen artean. Errealaren irudikapenean txertatu nahi dut nire burua».

Postgraffiti jardun baten aurrean gaude, izendapen totemiko soiletik haratago doana. Funtsezkoa izatetik bigarren maila batera igaro da izena, zeinuen mesedetan lausotu den heinean. Artearen bitartez mundua «birliluratzeko» modu bat da. Umorez eta energiaz beterik, koloretako stickerrak lagungarri dira eguneroko bizitza estetika-bilaketa batean berriz ere sartzeko. Hiri osoa bide bihurtzen da, hain zuzen ere adierazpenerako, eztabaidarako eta finkapenerako bidea. Zeinuetan oinarritutako hiri guztiak bezalaxe, Gasteiz arau horren barnean hartzen da.

«Graffitiak estrategia interesgarriak garatu ditu, seinaletikaren munduan sorturikoak, baina oreka bat hautatu du poesiaren, irudien, hitzen, estiloaren eta edukiaren artean. Graffitia osoagoa eta korapilatsuagoa da; hartan, nortasuna beste era batera finkatzen da. Espazio publikoan, zeinua nonahi ageri da ; graffitia, aldiz, iragankorra da. Niretzat, graffiti ondokoak zera esan nahi du: hiri-paisaiaren estetikari buruzko erabakietan parte hartzeko moduak bilatzea. Besteei gailendu nahi izanaren burugabekeriaren atzean, demokrazia-nahia dago, paisaian islatuta ageri nahi duena. Ingurune baten estetikari, nahiei, borondateei eta nortasunari erantzun behar zaie».

Mendean hartutako eta guztiz zehaztutako emozio-geografia bati loturik, Juanen stickerrek galdetu egiten dute, eta inguratutako tokien nortasunera garamatzate aldi berean: «Nire lanak museo berri bat aurkitu du hirian, ezinezkoa den eta ez dagoen atzealde zuria baino gehiago. Inguratzen duena nahiago du, hau da, parasitatzen gaituenarekin, negarrarazten eta zorarazten gaituenarekin eta gure emozioak pizten dituen horrekin harremanetan egotea. «Kaleak aukera asko eman dizkit besteei zeinuen bitartez begiratzeko». Gaur egun, zeinu eta erreferentzien bitartez komunikatzen dugu guztia. Nola ikusten dugun elkar erakutsi nahi izan dut nik, baina ez bereizgarrietatik abiatuta, orokortasunetik abiatuta baizik. Bide horren bila nabil».

Bide bihurri hori, sigi-sagakoa baina ederra aldi berean, nora ezean ibiltze surrealistatik dator, garai modernoan sortu dena. «Edertasuna, edo konbultsiboa izango da edo ez da edertasun izango» aldarrikatu zuen André Breton-ek manifestu ospetsu batean. Juanen lanean, "Zeinuak zeinu gainean", benetako hiri-komedia batean parte hartuz. Zeinu horiek hiriaren barne-barneko inbertsio baten antzera jarduten dute, hiriko errealaren birziklatze poetikoa dira, benetakoa eta oldarkorra aldi berean.

Murru eta oholesietatik New Yorkeko metroetaraino, zeinuek jantzi egiten dituzte hiri-altzariak, garraiobide publikoak, kaleak, igogailuak, monumentuak, kamionetak eta seinaleak. Zeinua txertatzeko eta finkatzeko lan hori lan orekatua da betiere, indarren arteko harremanean oinarritutako lana, planeta-komunikazioren oinarria eraikitzen duena; zeinuaren globalizazioa, azken batean. Renoir-ek ez zuen bada idatzi: «zenbat eta lokalago, orduan eta unibertsalago»?.

de esta alternancia entre la izquierda y la derecha.

Las rotondas, seguidas de una salida de la ciudad inmediata, delimitan en parte el esquema urbano de Vitoria-Gasteiz y reenv'an al caminante inexorablemente hacia el centro de la ciudad. En esta metr polis regional del Pa's Vasco, la llegada al coraz n de un tejido urbano plurisecular parece acelerada, como los elementos de modernidad que la definen. La frontera interna entra el Casco Viejo y la ciudad nueva que lo rodea es bien distinta. Ciudad de servicios, con signos poderosos, Vitoria-Gasteiz ofrece un terreno de deslizamiento y de juego ideal para nuestro caminante urbano.

Navegando con gracia en esta ciudad que l sitia, el universo de Juan Aizpitarte se manifiesta en una ondulaci n entre superficie y signos, con una potencia de estallido mucho m s profunda. Los signos que coloca hoy en d'a en nuestras ciudades, ya sean los caminos que se cruzan, las l'neas continuas o los c'rculos continuos, forman tanto elementos de afirmaci n de s' mismo como de una relaci n muy democr tica con la ciudad. Juan precisa: *Me interesa la relaci n entre el lenguaje visual p blico y la imagen mental simb lica. Existe un* feedback *entre los signos que derivan del estudio, la percepci n de los hombres y el hecho de querer aportar un toque m s particular a estos signos. Quiero inscribirme en una representaci n de lo real* .

Nos encontramos ante una pr ctica post-graffiti, que va m s all de la simple denominaci n tot mica. De primordial, el nombre pasa a un segundo plano, difumin ndose en beneficio de los signos. Se trata de una forma de *reencantamiento* del mundo a trav s del arte. Llenas de humor y de energ'a, sus *stickers* de color contribuyen a reintroducir la vida cotidiana en una b squeda est tica. La ciudad se convierte en un medio completamente, un medio de expresi n, de pol mica y de afirmaci n. Como todas las ciudades de signo, Vitoria-Gasteiz no escapa a esta regla.

El graffiti ha desarrollado estrategias interesantes, creadas en el mundo de la se al tica, pero ha elegido un equilibrio entre poes a, imagen, palabra, estilo y contenido. El graffiti es m s completo y complejo, en l se afirma la personalidad de otro modo. En el espacio p blico, el signo est en todas partes, mientras que el graffiti es ef mero. Para m , el post-graffiti es la b squeda de formas de participaci n para las decisiones est ticas del paisaje urbano. Detr s del delirio de querer imponerse a los dem s, hay un deseo de democracia, que quiere ser reflejado en el paisaje. Hay que responder a la est tica, a los deseos, a las voluntades, a la identidad de un entorno .

Unido a una geograf'a emocional dominada y muy precisa, sus *stickers* cuestionan, al mismo tiempo que remiten a la identidad de los lugares sitiados: *Mi trabajo ha encontrado en la ciudad un nuevo museo, m s que un fondo blanco imposible e inexistente.* Prefiere lo que le rodea, estar en relaci n con lo que nos parasita, que nos hace llorar, nos hace delirar y que despierta nuestras emociones.

La calle me ha dado muchas maneras de observar a los otros a trav s de los signos. Hoy en d a comunicamos todo con signos y referencias. Yo quer a mostrar c mo se nos percibe, no desde la particularidad, sino desde la generalidad. Es el camino que busco .

Este camino tortuoso, ondulante pero bello procede de una forma de deambulaci n surrealista introducida en la poca moderna. *La belleza ser convulsiva o no ser* enunciaba Andr Breton en un manifiesto c lebre. En el trabajo de Juan, *Signos sobre signos*, participan en una aut ntica comedia urbana. Estos signos funcionan como una inversi n 'ntima de la ciudad, un reciclaje po tico de lo real urbano, al mismo tiempo aut ntico e impulsivo.

Desde los muros y las empalizadas hasta los metros neoyorquinos, los signos revisten el mobiliario urbano, los transportes p blicos, las calles, los ascensores, los monumentos, las camionetas, las se–ales. Este trabajo de inserci n y afirmaci n del signo es siempre un trabajo en equilibrio, un trabajo de relaci n de fuerza que construye la base de una comunicaci n planetaria, una globalizaci n del signo. Despu s de todo, Renoir no escribi : *cuanto m s local, m s universal* ?

ALUMINIOA ETA KRISTALA

JUAN AIZPITARTE

Fotos realizadas por Juan Aizpitarte, Vitoria-Gasteiz, septiembre 2008.

Hiri estetika garaikidea ez da menturaren ondorio. Ezta 70. hamarkada hasieran New Yorken izandako graffitiaren berpizkundea ere. Hiri barruko komunikazioan, euskarria eta teknika aldi berean joan dira aldatzen, aldaketa sinkronikoa bizi izan dute. Aerosolen eta errotulagailuen berehalakotasuna lagun, graffitiak –gizartearen termometro horrek– agertoki publiko bihurtu ditu hiriak.

Megahirietan norbanakoen adierazpen piktorikoak pertsonalizazio-prozesuaren hurrengo estadiorako bidea iragartzen du, alegia: banakako anonimoen errepresentazio publikoa, goitizen ikonografikoa bitarte. Berehala datorkigu, gainera, estadio-aldaketa hori. Hiri-artistaren figura ari zaigu sortzen, herritar parte hartzaileena. Hiri-artistak, mezuaren eta moldearen arteko sintesia lagun, publizitatearen jarduteko irizpide berberak erabiltzen du: bonbardaketa, alegia. Norberaren estiloa erakusteko asmodun bandalismo hiritarra, beti ere giltzarri sekretuz mozorrotua (Nickname / Brand / Crew).

Lurraldearen definizioa begi bistako bihurtzen dute sinadura (Tag) eta pintadek (Throughup / Toptobotton / Wholecar), bai eta egileen gurari eta kezkek ere. Oroimenezko horma-irudiek, gainera, hildakoak duintzen dituzte, eta gainontzekooi informazioa ematen digute.

Aldi berean, hiriaren epidermisa aldatu egin da, lehen kareharri porotsu zena, orain azalera lau eta uniforme bihurtu da; gainera, nonahi zeuden espraientzako antidotoa aurkitu du: pinturaren aurkako laka poro-estalgarriak, alegia. Hiriak ihes egin die aerosoletako pigmentuei; homogeneo eta iragazgaitz ageri zaigu, look postmodernoaren moldetan. Ezin makillaje egokiagorik aurkitu, 80ko hamarkadako oroitzapenen zimurrak ahanzturaren bazterrean zokoratzeko.

Alabaina, erasoaldi grafikorako materialak, superfizie-aldaketara egokitzen asmatu dute berriro ere, eta berehalakoan berriro ere, denbora errealean. Baina oraingoan euskarri industrialen bitartez, informaziozko eta seinaleztapenezkoen bitartez. Hara, eranskailuan garaia da. Kaleko komunikazioaren baitan, eranskailuak sektore berri baten tresna eta adierazpide bihurtu dira. Lehen, eranskailuen funtzio praktikoa euskarriei behin betiko definizioa ematea zen. Zer da? Nork egin du? Zenbat balio du? Noiz artekoa da? Zenbat pisatzen du? Handia edo txikia da? Inguratzen gaituzten objektuen argazki-oina dira. Eranskailurik gabe, inguratzen gaituzten gauzei buruzko gure ikuspegia subjektiboagoa litzateke. Era askotako eranskailuak daude: ofizialak, funtzionalak, deskribatzaileak, azalpenezkoak, debekuzkoak, apaingarriak, oroitzapenezkoak... baina den-denek deskribatu, aurkeztu eta azaldua izan behar duen zerbaitetan hartzen dute oinarri.

ALUMINIO Y CRISTAL

JUAN AIZPITARTE

La est□tica urbana contempor nea no es casual. Como tampoco lo es el renacimiento del *graffiti* a principios de los 70 en Nueva York. En la comunicaci n urbana dentro de las ciudades, soporte y t□cnica han sufrido una transformaci n sincr nica. El *graffiti*, como un term metro social, convierte la gran ciudad en un escenario p blico, gracias a la inmediatez del aerosol y los rotuladores.

En la megaurbe, la expresi n individual pict - rica, anuncia el inminente cambio del proceso de la personalizaci n hacia su pr ximo estadio; la representaci n p blica del individuo an nimo, a trav□s del seud nimo con car cter iconogr fico. As' surge la figura del artista urbano o ciudadano participativo.
Representado por una s'ntesis entre mensaje y forma, sigue los mismos principios de acci n que el mundo de la publicidad: el bombardeo. Vandalismo urbano orientado a la exhibici n del estilo individual, disfrazado en clave secreta (*Nickname / Brand / Crew*).

La definici n del territorio se hace visible como consecuencia de las firmas (*Tags*) y pintadas (*Throughup / Toptobotton / Wholecar*), as' como las inquietudes y aspiraciones de sus autores. Los murales memoriales tambien dignifican a los difuntos e informan al resto.
Al mismo tiempo, la epidermis de la ciudad se regenera de calizas porosas a superficies planas y uniformes, y encuentra el ant'doto al spray todoterreno en las lacas repelentes tapaporos. La ciudad huye de los pigmentos del aerosol y se muestra ahora homog□nea, impermeable y con un *look* postmoderno. El maquillaje adecuado para olvidar las rugosidades de la memoria de los 80.

De nuevo, los materiales de asalto gr fico se adaptan a tiempo real a este cambio de superficie. Pero esta vez, a trav□s de soportes industriales como los de la informaci n y se–alizaci n. Es el momento del adhesivo. La pegatina, se proclama como la herramienta y veh'culo de un nuevo sector dentro de la comunicaci n popular. Antes, su funci n pr ctica hab'a sido la de dar una definici n ltima a los soportes. Qu□ es? Qui□n lo produce? Cu nto cuesta? Cu ndo caduca? Cu nto pesa? Cu nto ocupa? Son el pie de foto de los objetos que nos rodean. Sin ellas, cada uno tendr'a una percepci n mas subjetiva de las cosas. Hay adhesivos oficiales, funcionales, descriptivos, expeditivos, prohibitivos, informativos, decorativos, conmemorativosÉ pero todos se apoyan sobre algo que necesita ser descrito, presentado y explicado.
En la actualidad, al igual que los objetos, las personas y los lugares, adem s de ser, deben definirse, significar y complementar as' el paisaje de la comunicaci n visual. Por ello, se hace comprensible que los ciudadanos a–a-

Fotos realizadas por Juan Aizpitarte, Vitoria-Gasteiz, octubre 2008.

Gaur egun, izate hutsa ez da nahikoa; objektuak bezala baita pertsonak eta lekuak ere definituak izan behar dute, esangura izan behar dute, hartara ikus-komunikazioaren paisaia osatu ahal izateko. Horregatik, ulertzekoa da herritarrek ere beren ikuspegi partikularrak adierazi nahi izatea; izan ere, gaur egun, auto-errepresentazioa eta izatea bera eskutik doaz, bata bestearekin nahitaez.

Horrek teknologia digitalaren demokratizazioa erakusten digu, hirigintza-aktibismoaren prozesu ez ofizial bat amaitu berri duen teknologia digitalaren demokratizazioa; prozesu bat non transgresioa urritu egin den, nahasmenaren mesedetan, non probokazioa ez dagoen jada gizarte-iraultzan, baizik eta hiri paisaiaz bereganatzeko eta dekonstruitzeko moduan. Publizitate-iragarkiak, trafikoaren seinaleztapena, sistemaz kanpoko ekimenak... Horien guztien artean, hiriek fikzioko ikur elkargurutzatuen zirkuituak dirudite, beti ere ezerezaren komunikazioa azken muturreraino daraman zurrunbilo zoro baten eldarnioaren baitan.

Hiria adi jarri da, eta kontraeraso egiten dio akats uniformizatzaileari: berriro ageri dira klariona eta argizariak gaur egungo hiri altzarietako pintura zimurtsuen eta itsasgarrien aurkakoen gainean. Espaloi mailan, plano jarrai eta zeharkaezin batek hurrengo mutazioa ekarriko du: kristal-azidoak eta birrinketa lagun, erasoen jomuga hormak baino, merkataritza lokaletako erakusleihoak bihurtu dira. Publikoaren eta pribatuaren arteko mugan gaude, inbasio-frankiziaren, bideoz zaindutako espazioaren, eta igarobidearen arteko mugan.

Gaur egun, markek bere egina dute fenomeno hori guztia: arropa eta osagarrien diseinuetan, tipografietan, koreografietan... Hip-hopa bera ere xurgatu du merkataritzak.

Posterrak, sticker-ak, kale-ekimenak, jaialdiak, topaketak, erakusketak, lehiaketak.... Kalitatezko produktua, eta ondo egina. Eros ezazu iraultza! Erresistentziaren estetika.

Hiria, mezu labur, azkar eta galkorren, mezu trukagarrien eta identitate zehatzik gabeen euskarri gisa ulertzen da. "No mans land" aldirietatik etorri eta sartu da, erdiguneak memoria historikoz hustuaz. Antza, ez du ezertarako balio lekuez hitz egiteak, espazioaz baizik.

Egunero garbitzen dira kaleak, baita beren oroimena ere.

Nire hiria, beti etorkizunari so, prest dago kanpora atera eta mundua liluratzeko. Hiriaren zaurien berri emango diote sakontasunez begiratzen dakienari, bertako bazterretako xehetasunek. Erakusten duenak, baina baita ezkutatzen duenak ere. Gu garenaren batuketa da. Gaudenok, markatu egiten dugu. Bere azalean, nire izena dago, mila bider idatzia; mila jantzi eramango ditu soinean.

dan su visi n particular dentro de la ciudad, ya que hoy en d'a, la auto-representaci n y la existencia van unidas.

Es la democratizaci n de la tecnolog'a digital, la que acaba por completar un proceso de activismo urban'stico no oficial; donde la trasgresi n se minimiza en aras de la confusi n, y la provocaci n ya no est en la rebeli n social, sino en la manera de apropiarse y deconstruir el paisaje urbano. Entre los anuncios publicitarios, la se–alizaci n que deriva del tr fico y las intervenciones *outsiders*, la ciudad parece un circuito de signos de ficci n entrecruzados que llevan a la saturaci n del delirio de la comunicaci n de la nada.

La ciudad alertada, contraataca al uniforme error, y vuelven la tiza y las ceras sobre las pinturas rugosas y anti-adhesivas del mobiliario urbano actual. A pie de calle, un plano continuo impenetrable origina la siguiente mutaci n: el acido de cristales y el rallado traslada el lugar de ataque, del muro al escaparate de vidrio del bajo comercial. Es la frontera entre p blico y privado. Entre franquicia invasiva, espacio v'deo vigilado y lugar de tr nsito.

Hoy, todo el fen meno ya ha sido absorbido por las marcas. En dise–os de ropa, de accesorios, tipograf'as, coreograf'as. El *hip-hop* est dentro del mundo comercial.
P sters, *stickers*, intervenciones urbanas, festivales, encuentros, exhibiciones, concursos. Un producto de calidad y bien elaborado. ÁCompra rebeli n! Est tica de la resistencia.

La ciudad se asume como soporte de mensajes ef'meros, intercambiables y sin identidad concreta. El *No mans land* se ha adentrado desde el extrarradio, vaciando los centros de su memoria hist rica. No parece que sirva de nada hablar de lugares, sino de espacio.
Las calles son lavadas a diario y sus recuerdos con ellas.

Mi ciudad, que mira siempre por su futuro, est lista para salir y seducir al mundo entero. Quien la mira a fondo, sabe de sus heridas por los detalles en las esquinas. Por lo que ense–a y lo que tapa. Ella es la suma de lo que somos. Los que estamos, la marcamos. Lleva en su piel mi nombre escrito mil veces, y sobre ella, ir n mil vestidos.

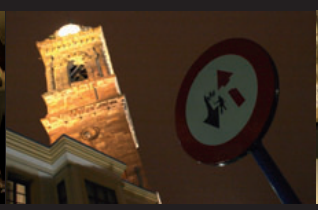
VENDE
Ti aMo

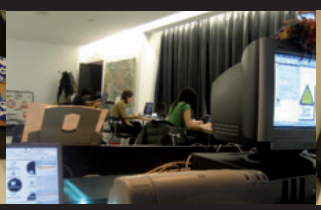
VENDE

945 27 11 00
VENDE
VXG

“Zeinuak zeinu gainean” jardunaldi-tailer teoriko-praktikoak Juan Azpitartek zuzendu zituen hirigintzaren, sorkuntza garaikidearen, diseinuaren eta neo-grafitiaren arteko harremanak aztertzeko asmoz.
Tailerra 2008ko azaroaren 5etik 8ra egin zen Hiriagunean, eta Vitoria-Gasteizko hainbat lekutara zabaldu zuten egun batzuetan.
Aldika aztertu zituzten hiri diskurtso horretako planteamenduak: Hiri ikuspuntu teorikoak eta sarrerak bateratu zituzten hiri formen beharrak zehaztu eta sorkuntza arloko ariketa praktikoak egite aldera.
Abiapuntu gisa, ikasleek “Brote” eranskin liburua aztertu zuten, bertsio digitalean, eta hortik abiatuta aukera eman zitzaien zeinu irekiak eta esanahi berriak konposatzeko.
Ariketa praktikoak ordenagailuz eta eskuz egin zituzten hiria hizpide hartuta; honako egitekoak izan zituzten: hainbat gai proposatu, eduki berriak sortu eta hiriko hainbat lekutan esku-hartu.

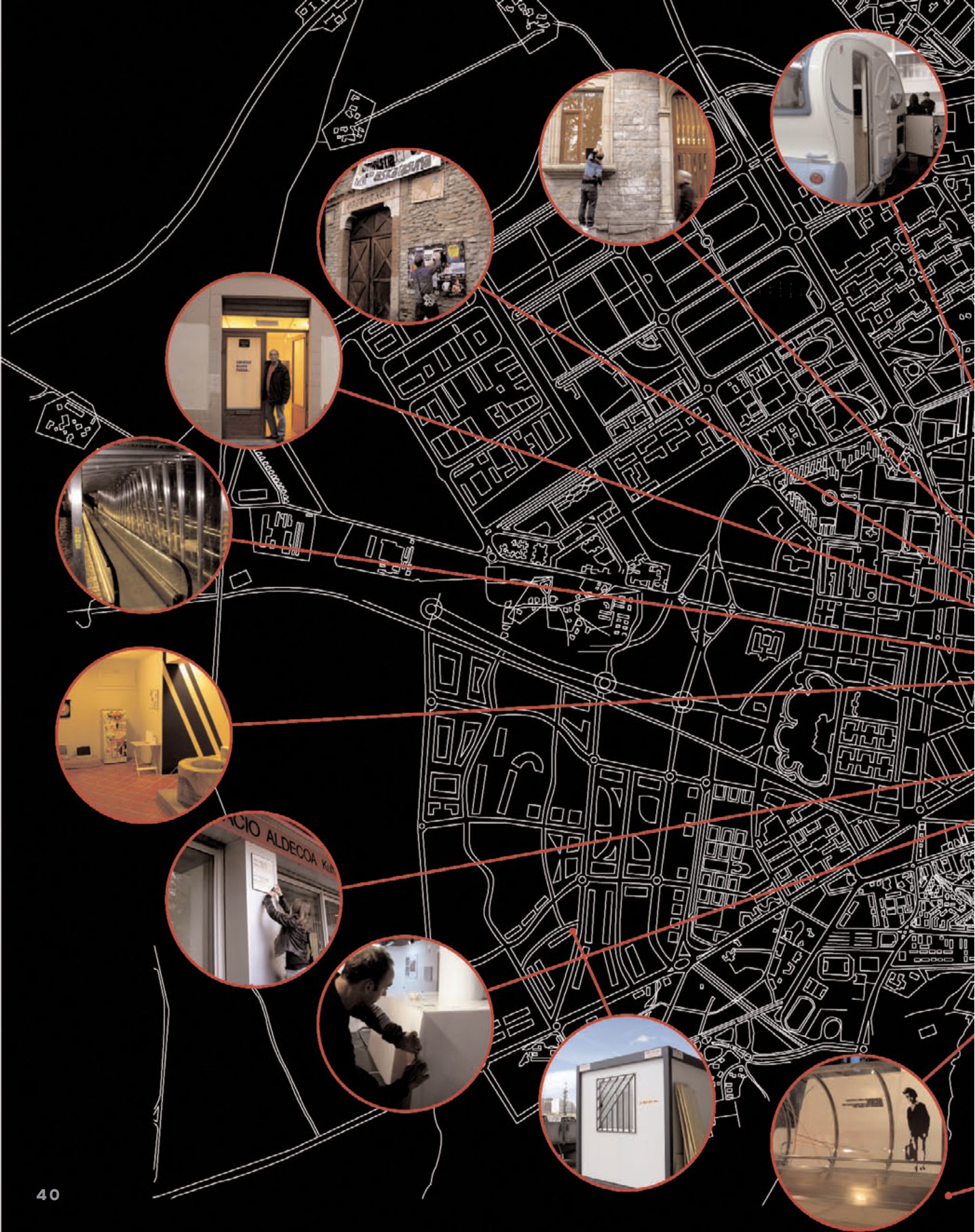
IKASLEEN PROIEKTUAK





Signos sobre signos fueron unas jornadas-taller te rico-pr cticas dirigidas por Juan Aizpitarte sobre las relaciones entre urbanismo, creaci n contempor nea, dise–o y post-graffiti.
El taller tuvo lugar entre los d'as 5 al 8 de noviembre de 2008 en Espacio Ciudad y se extendi por diversos emplazamientos de Vitoria-Gasteiz durante un tiempo.
La forma de abordar estos planteamientos acerca del discurso urbano fue alterna, combinando introducciones y puntos de vista te ricos con visiones de la ciudad con el fin de ir articulando necesidades formales urbanas y ejercicios pr cticos de creaci n.
Como base, el libro Brote de adhesivos, que en su versi n digital permiti a los alumnos reeditar los signos abiertos y componer nuevos significados.
Los ejercicios pr cticos se realizaron con ordenadores, manualmente y sobre la ciudad proponi ndose varios temas para que los alumnos crearon sus propios contenidos e intervinieran en algunos puntos urbanos.

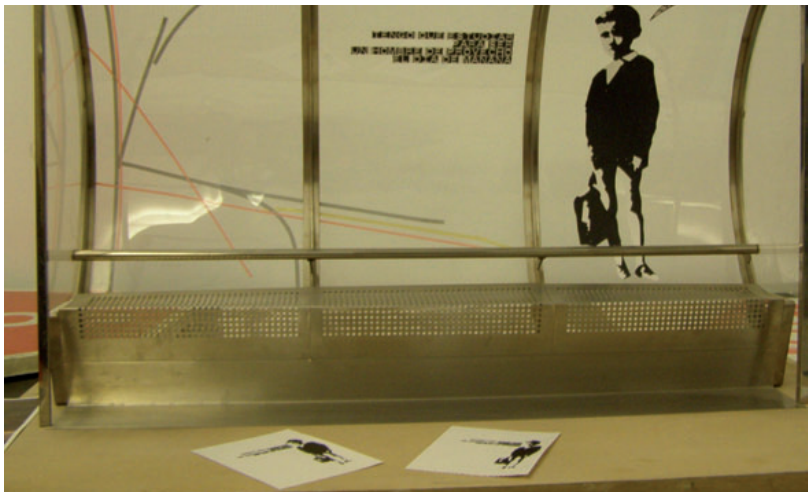
TRABAJOS DE LOS ALUMNOS


ALDECOA

Ikasi beharrean....
Tengo que estudiar....
(back to the past)

Angel López de Luzuriaga

Hiriaren iraganera itzultzea. Egun unibertsitate eremua den horretan hainbat hamarkada atzera egiten duen ekimena.
Trenbidetik bestaldean dagoen eremurako ekintza. Igarobide eta ikasle ugariren egonlekua. Antzina inguru degradatua zen, bertan ziren zoro-etxea eta kuartelak, gerora abandonatu egin zen.
Ideia orban estiloko zuri-beltzeko irudia ipintzea da. Haur txiki bat (egilea bera, eskolako lehen egunean, 70eko lehen urteetan), eskuan maleta daramala, eskolan nola joango zaion jakin nahiak artegatzen duela. Haren ondoan, lelo topiko hauxe, oso garaiko "DymoFontInvers" tipografian (Dymo markagailuarena) idatzita: "ikasi egin behar du, aurrerantzean gizon zintzoa izateko". Esaldi horrek, atzean dituen konnotazio guztiekin (autoritatea, matxismoa, zuzentasuna.... oso garai hartako kontzeptuak) galdera kezkagarriak piztu nahi dizkie ikasleei, esaterako: zer ote da "gizon zintzoa izatea", edo noiz ote da "aurrerantzean" delako hori...



Vuelta al pasado de la ciudad. Acci n que se retrotrae unas cuantas d□cadas en la actual zona universitaria.
Actuaci n planteada en este rea, al otro lado de las v'as del ferrocarril. Lugar de paso y estancia de multitud de estudiantes. Antiguamente era una zona degradada, ocupada por el manicomio, cuarteles y despu□s abandonada.
Surge la idea de colocar una imagen en blanco y negro (estilo mancha). Ni–o peque–o (el autor, primer d'a de clase a principios de los 70) con cartera en la mano, espectante ante su futuro escolar, junto con el t pico tengo que estudiar para ser un hombre de provecho el d'a de ma–ana escrito en tipograf'a DymoFontInvers (la del aparato de marcar Dymo) muy de la □poca. Esta frase, con todas las connotaciones de: autoridad, machismo, rectitud (una serie de conceptos muy de aquel tiempo), pretende plantear interrogantes inquietantes entre los estudiantes ante conceptos como que es ser un hombre de provecho o saber cuando llega el d'a de ma–ana .

Green belt 1

Javier Aldarias
y Miguel Ángel Rojas

1. ekimena. Desio izeneko tranbia.

Gasteiz hiria hiri iraunkorraren paradigma izatearen autoatseginkeriaren zurrunbiloan bizi da: paisaia hiritarra eta naturala ezin hobeto zainduz, eko-mugikortasuna, uraren eta hondakinen kudeaketa egokia, sustatuz, etab... Hiria ito egin du horrenbesteko txukuntasunak, bere bilakaeraren beraren biktima da. Gasteizko zoladura aseptikoan planifikatu gabeko, nahi gabeko bi marra agertzeak ateak ireki dizkie ikuspegi berriei, espazio publikoaz jabetzeko beste modu gorabeheratsuago bati. Jendea marra horien agerpenaren lekuko da, erabiltze- eta gozatze-alternatiba berriak, espazio ez erabakigarri eta ez desiratu horiek aldarrikatzeko formula berriak eskaintzen dituzten, eta askatasun artistikoak horren beharrezko duen ohartezintasunaren zentzua igortzen duten marren agerpenarena.

Vitoria-Gasteiz hiriko espazio irekien eboluzioa aztertuz, haren haritik zabaldu den baikortasun kutsakorraz oso bestelako ondorioak ater daitezke. Eraztun berdea hiriaren hazkuntza erakarri du; hiria ekialdean eta mendebaldean hazi da ex-novo sortutako bi zabalguneren bitartez. Zabalgune berri horiek eraztunera ohiko saihesbide arrunt bat bailitzan hurbildu dira eraztunera. Alboetan dituzten parkeen izena hartu duten (Zabalgana eta Salburua alegia) arkitektura garaikidearen moldeen araberako auzo berri bi horiek eko-hiria osatzen dute, trinkotu, soberako espazio ez desiratuak deuseztatu. Alabaina, irregulartasun bat erakusten du eraztunak, hutsune bat hegoaldean, hazkuntzaren mendetasunetik at dagoena, eskualde mailako nekazaritza giroaren sarbide.

Acci n 1. Tranv a llamado deseo.

La ciudad de Gasteiz se encuentra en el bucle autocomplaciente que supone el ser el paradigma de la ciudad sostenible, cuidando escrupulosamente sus paisajes, tanto urbano como natural, fomentando la eco-movilidad, la gesti n de agua, residuosÉ La ciudad se asfixia en su pulcritud y es victima de su propio devenir. Al aparecer rotuladas en su as□ptica pavimentaci n dos trazas no planificadas, no deseadas, se abre la puerta a nuevas miradas, a otra manera m s azarosa de apropiarnos del espacio p blico. La gente asiste a la aparici n de estas l'neas que ofrecen nuevas alternativas de uso y disfrute, nuevas formulas para reivindicar esos espacios no decisivos y no deseados que transmiten el sentido de imprevisibilidad tan necesario para la libertad art'stica.

Analizando la evoluci n del sistema de espacios libres de la ciudad de Vitoria- Gasteiz se pueden sacar algunas conclusiones que difieren del contagioso optimismo instalado en la operaci n. El anillo ha servido como atracci n de lo urbano, la ciudad ha crecido al este y al oeste con dos importantes fragmentos ensanches creados exnovo, que finalmente se acercan al anillo como si de una infraestructura o ronda de circunvalaci n convencional se tratase. Estos dos desarrollos de arquitectura contempor nea que toman el nombre de los parques contiguos -Zabalgana y Salbur a- completan la eco-ciudad, la compactan, eliminando espacios no deseados, sobrantes. Sin embargo existe una irregularidad en el anillo, un vac'o al sur de la ciudad que se mantiene impune al crecimiento y que permite la entrada de lo rural desde una escala regional.

Green belt 2

Javier Aldarias
Miguel Ángel Rojas

2. ekimena. Salburuko parkea.
Eraztuneko seinaleak adierazteko ohiko kodea erabiltzen da: borobil hori bat, trenbide-trabesa baten gainean margotua. Parkean zehar egingo dugun lehen hurbilpenak ibiltzera gonbidatuko gaitu; bigarrenak, egindako bidea markatzera. Horretarako, gure ibilbidea espazializatu egingo dugu, dauden seinaleak erabiliz, baina euren esangura biderkatuz, bersemantilizatuz (ikurrak ikurren gainean), .Azkenik, ibilbidea itxi egingo zaigu, hirikoa bere bertsio gordinean agertzearekin batera, hain zuzen hiri modernoetan ohiko bihurtutako eraikin monofuntzional altuak. Espazio berri hauetan ordenamendu berriak eta, horrenbestez, harreman mota berriak bilatzeko esperientziak proposatu beharko lirateke.
Hartara, Itxi eraztuna, paradoxa bihurtzen da, antonimia bat. Perimetroa ixten den unean, hiria hil egingo da. Amaiera emango diegu arautu gabeko espazioei, alegia espazio legitimoen eta hiri garaikideetako benetako birikei

Acci n 2. El parque de Salbur a.
La se–al□tica del Anillo utiliza un c digo de signos convencional, un circulo amarillo sobre una traviesa de ferrocarril. o, para ello vamos espacializando nuestra trayectoria utilizando la se–alizaci n existente pero multiplicando su significado, resemantiz ndola, -signo sobre signos-. Finalmente se cierra nuestro recorrido apareciendo lo urbano en su forma m s dura, edificios monofuncionales en altura, t'picos de la periferia de la ciudad del movimiento moderno. En estos espacios de transici n se debieran proponer experiencias que busquen nuevos ordenes y por tanto nuevas relaciones.
Itxi eraztuna se convierte en una paradoja, una antonimia. En el momento en que se cierre el per'metro la ciudad habr muerto. Habremos acabado con los espacios no regulados que a la postre son los m s leg'timos y los aut□nticos pulmones de la ciudad contempor nea.

Seinale alternatiboak Kultur Etxerako

Blanca Rodríguez

Señalética alternativa para la Casa de Cultura

Florida parkearen sarreran kokatutako eraikina kultur erreferente bat da hirian. Bertako sarrerak eta erabilera publikorako espazioak modu ludiko eta iradokitzailean seinalatzea pentsatu zen.
Ikono bidezko seinaleztapen lan honetan dimentsio atenporala suma dezakegu; izan ere, kobazuloetan erritoak adierazteko ikur berberek ez dute indarrik galdu plastikoki.

Giza arrazaren ikur unibertsala den eskuak ere lengoaia eta adierazpide ugari hartzen ditu, kultur testuinguruaren arabera. Kultur etxean, erabiltzeak orientatzen ditu, mimoek bezala, keinu bidezko hizkuntza zuzen baten bidez.

El edificio un referente cultural de la ciudad situado a la entrada del Parque de la Florida, fue repensado para se–alizar de una forma l dica y sugerente sus diferentes accesos y reas de uso p blico.
En este trabajo de se–al tica de iconos podemos apreciar una dimensi n atemporal, ya que el mismo signo que serv'a en las cuevas para marcar los rituales, sigue vigente a nivel pl stico.
La mano, signo universal del la raza humana, tambi n contiene numerosos lenguajes y formas de expresi n en cada contexto cultural. En la Casa de Cultura, orienta al usuario como un mimo, con un lenguaje gestual directo.

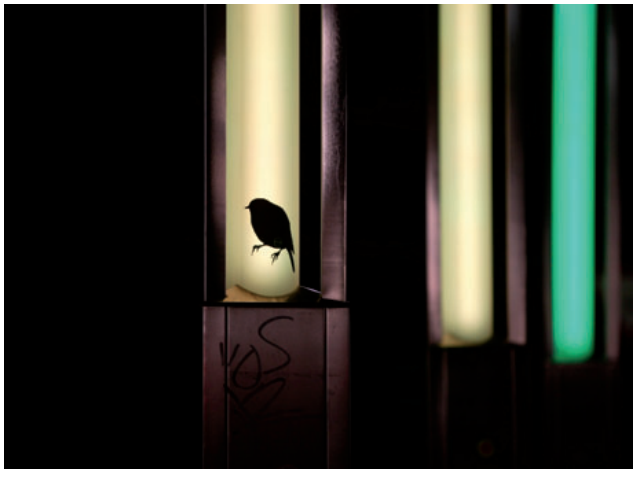
Eraztun berdea

Zuriñe Celaya

Anillo Verde

Eraztun Berdea ezaguna da Gasteiztik kanpo. Harro gaude gure Eraztun Berdeaz. baina... herritarrek, oro har, baloratzen al dute?, gozatzen al dute?, bisitatzen ote dute?
Hausnarketa horretatik sortu da Gasteizko Eraztun Berdea gogoratzearen eta nolabait suspertzeko ideia.
"Ezagutu ezazu Eraztuna", zure zeure hiritik atera gabe indar berriak hartzeko aukera ona duzu eta...
"Bisitan ditugu Eraztuneko biztanleak", hiriaren erdira datozkigu bisitan, badirena jakinarazi nahi digute, arreta eskatzen digute.

El anillo verde existe. Lo conocen fuera de Vitoria-Gastez. Nos gusta presumir de □. Pero los ciudadanos de la ciudad lo valoran? Lo disfrutan? Lo visitan?
De esta reflexi n surge la idea de recordar la existencia y promocionar de alguna manera el Anillo verde de Vitoria-Gasteiz.
Ench fate al anillo es una buena manera de cargarte las pilas en tu propia ciudad.
Los habitantes del anillo nos visitan , visitan el centro de la ciudad, nos recuerdan su existencia, nos reclaman su atenci n.



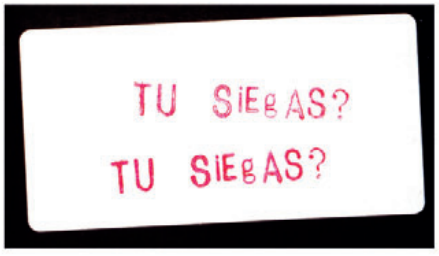
TU SiEgAS?

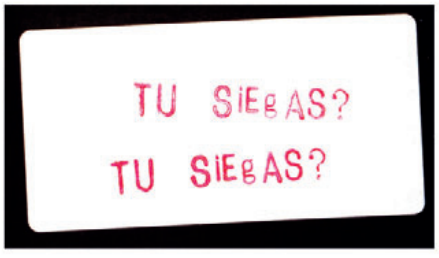
TU SiEgAS?

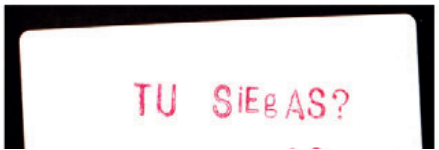
Zu, sega-lanetan?

Zuriñe Celaya

¿Tú siegas?







Gure garaiko pertsonek bere egindako egintza erreflexu jakin batzuen gaineko hausnarketa da: esaterako, neurriz gaineko garrantzia ematen zaio lorategi bati, parterre bati, garaiko lorez betetako errotondari, edota golf zelaiko soropilari...

Erakusteko lorategia baino ez, iraunkortasunak eta landaretzaren ziklo naturalak zeresan eskasa duten lorategia. Zeregin asko bai onik mantenduko bada (inausketa, sega, ureztapena, lekuz aldatzea, diru asko...), eta soilik apaintzeko. Zu, sega-lanetan aritzen zara?

Propone una reflexi n acerca de algunos actos reflejos adoptados por los ciudadanos de la sociedad actual, donde se sobrevalora un jard'n, un parterre, una rotonda llena de flores de temporada o un c□sped de campo de golfÉ

Un jard'n florero, donde la sostenibilidad y el ciclo natural de la vegetaci n poco tienen que decir. Mucha gesti n, podas, siegas, riegos, trasplantes, mucho gastoÉ s lo para adornar. T siegas?.

Hiriarekin solasean

Sebastián Bayo Oñoro

Abrir diálogos a la ciudad

Behingoz hiriak berak eskatzen du herritarren arreta. Hiria mintzo zaigu, bere iraganaz hitz egiten dugu, egungo egoeraz, etorkizunean zer eta nolakoa izan nahi duen adierazten digu. Nazkatu eta aspertu egin da horrenbeste jendek bere arima bereganatzeaz, bere izaera zehazteaz, bere etorkizuna erabakitzeaz. Era guztietako jendea dihardu horretan, hara: politikariek, erlijiosoek, sustatzaileek, industriagizonek, abokatuek, arkitektoek, ingeniariek, historialariek, ingurumen arloko ikerlari eta langileek, merkatariek, sindikatuek, udaltzainek, auzo elkarteek, guraso elkarteek, kirol taldeek, prostituta elkarteek, gay eta lesbianen elkarteek, tribu urbanoek... Herritarra gelditu, eta arretaz entzuten dio hiriak esan behar dionari. Interbentzioak ohartarazi egin nahi du fenomeno horren gainean... Sarritan, kanpo-dialogoak hizketan dagoen pertsonari begiratzen dion buztandun bunbuilo baten barruan sartzen da... Bunbuilo itxurako eranskailuen bitartez hiria mintzo zaigun lekuak bereizten dira.

Por una vez es la propia ciudad la que reclama la atenci n de los ciudadanos. Se expresa y nos habla de su pasado, de su situaci n actual; nos transmite su vocaci n de futuro. Harta de que pol'ticos, religiosos, promotores, industriales, abogados, arquitectos, ingenieros, historiadores, medioambientalistas, comerciantes, sindicatos, agentes del orden p blico, asociaciones vecinales, asociaciones de padres y madres, clubes deportivos, asambleas de prostitutas, gays y lesbianas y tribus urbanas, se apropien de su alma, reclamen su tutor'a, determinen su car cter, decidan su destino.? El ciudadano, el transe nte, se detiene, pone atenci n a lo que la ciudad dice.? Se plantea la intervenci n como llamada de atenci n sobre este fen meno.?ÉE l dialogo externo se encierra a menudo dentro de un globo (bocadillo) de palabra con un puntero o cola hacia la persona que hablaÉ Mediante adhesivos con forma de bocadillo se significan lugares en los que la ciudad habla.

CCTV: Interbentzio bat Gasteizko hirigune historikoko arranpa automatikoetan

Natalia Aragón / Nerea Lekuona

CCTV: Intervención en las rampas automáticas del casco histórico de Vitoria-Gasteiz

“Zainketa botere bat da, eta haren xedea pertsonek arauak, legeak eta zereginak boterean dagoenaren gurarien arabera bete ditzaten lortzea” Michel. Foucault.

Zainketak eragina dauka pertsonen gorputzengan, keinuengan, diskurtsoengan, jarduerengan, ikaskuntzagan eta, oro har, eguneroko bizitzan.

Zainketa zenbait elementuren bitartez gauzatu daiteke; horietako batzuk osatzen duten gizartearen bertatik atera eta heziak, berriro bertan txertatzeko (polizia, guardia zibila, etab.). Beste batzuk elementu teknologikoak dira, hala nola kamerak (trafikorako, bankuak, gobernuko erakundeak eta erakunde pribatuak zaintzekoak, eta orain, baita monumentuak eta kale garrantzitsuak ere) Hirian zehar han-hemenka kokatutako kamera horiek hertsatu egiten du nolabait gizarte-masa, diskrezio-maila handiz hertsatu ere. Gogoratu egiten du pixka bat Foucaulten panoptikoa; izan ere, hura hartzen du oinarri: egituraketa konplexu bat osatzen da hiria kanpotik barrualderantz ikusi ahal izateko (eraztun baten erara, dena barrualdera), eta, aldiz, kanpoalderanzko ikuspegi bakar bat, kanpo-eragin agresibo edo subertsiboen eragin balizko oro eragotzi asmoz. Hara, kamera horiek gure egunerokotasunaren berri hartu eta islatzen dute; badakigu behatu egiten gaituztela, baina ez dakigu ez nondik, ezta noiz ere. Horrenbestez, gure portaera estatu-aparatuek ezarritako arauen arabera makurtzen da.

Gasteizko hirigune historikoko arranpa automatikoetako interbentzioak ohartarazi egin nahi du kaleko jendea, erabiltzaileak, herritarrak oro har, filmatzen ari direla, behatu egiten dituztela, kontrolpean dituztela... Seinaleztapenaren bitartez hirian aldez aurretik ezarritako seinaleekin nahastu nahi duten irudi eta elementu jakin batzuk lortu ziren, eta horien bitartez jakinarazi egin nahi zaie herritarrei nion ibili daitezkeen lasai, dena ikusten duen begiaren menpetik at. Aldi berean, norberaren bizitza pribatua non amaitzen den eta publikoa non hasten den berpentsatzeko gonbitea da.

La vigilancia es un poder destinado a educar a las personas para que cumplan normas, leyes y ejercicios con la voluntad de quien detenta el poder (Michel Foucault).

La vigilancia act a sobre el cuerpo de los individuos, sus gestos, sus discursos, sus actividades su aprendizaje y su vida cotidiana en general.

La vigilancia, puede darse a trav□s de varios elementos; algunos de ellos extra’dos y educados para ser insertados dentro de la misma sociedad de que son parte (polic’as, guardias, civiles, guardas jurado etcÉ) otros son de car cter tecnol gico como las c maras, (que pueden ser de tr fico, de vigilancia de bancos, de instituciones gubernamentales, instituciones privadas y ahora en monumentos y calles transitadas con frecuencia). Estas c maras posicionadas en la ciudad, permiten de un modo discreto mantener cierta coerci n dentro de la masa social; un poco recordando y bas ndose en el pan ptico de Foucault donde se advierte toda una compleja estructuraci n de la ciudad para ser vista desde fuera hacia adentro (como un anillo, todo hacia el centro), y con una sola vista hacia fuera para que ning n agente externo incida de modo agresivo/subversivo en ella; dan cuenta de la cotidianidad por la que nos movemos. Nos sabemos observados pero no sabemos desde donde y cuando, por lo tanto nuestro comportamiento esta regulado y supeditado a normas establecidas por el aparato de estado.

La intervenci n en las rampas autom ticas del casco hist rico de Vitoria-Gasteiz, trata de avisar a los usuarios de la calle, los transe ntes, los ciudadanos en general; que est n siendo filmados, observados, vistos, controlados. Es a trav□s de la se–al□tica que se lograron una serie de im genes y elementos que pretenden mezclarse con los signos ya establecidos en la ciudad, que servir n para mantener sobre aviso a las personas por donde pueden transitar libremente sin ser captados por el ojo coercitivo. Es tambi□n una invitaci n para pensar en re-significar en donde termina nuestra privac’a y se vuelve p blico nuestro vivirÉ

Futbol baloi baten sinboloaren aldaketa

Toño Antón

Modificación del símbolo de un balón de fútbol

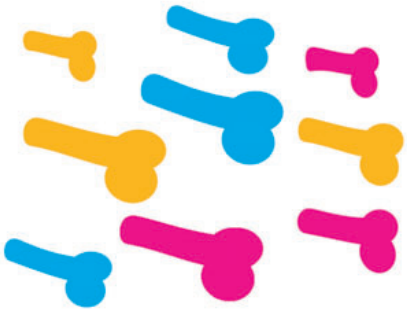
Interbentzio hau sormenezkoa, ludikoa eta ironikoa da aldi berean; gainera, bat egiten du erabat egileak "Oharkabean lagun" izenpean garatu dituen argazki-proiektuei darien izaera sozialarekin, aldarrikapen izaerarekin. Proiektu horien funtsa hirian aurretiaz dagoen elementu jakin bati zerbait sinplea erantsita pieza berri bat sortzea da, argazkiaren bidez jasota geratuko dena.
Elementua honek labanaren agresioa jasotzen du, eta kirol dendetan edota pilota-kirolak praktikatzen diren lekuetan erabiltzeko eranskailu bihurtzen da.

El m ltiple car cter de intervenci n creativa, l dica e ir nica que adem s queda perfectamente abierta al car cter reivindicativo o social unido al vinculo del autor con proyectos fotogr ficos que denomina Colaboraciones involuntarias , las cuales consisten en utilizar un elemento urbano preexistente para aportar algo sencillo, da lugar a una nueva pieza que ser aprehendida por el uso de la fotograf'a.
Elemento agredido con un cuchillo para transformarse en pegatina a utilizar en tiendas de deporte o lugares donde se pr ctica deportes de pelota.

Interbentzioak Plaza Café-n

Violeta Nicolás

Intervenciones en Plaza Café



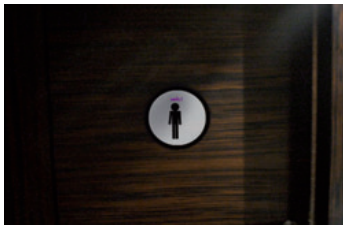
Proiektua eranskailuen zenbait ezaugarrietan oinarritzen da, eta ezer baino lehen, leku jakin bat adierazteko betetzen duen funtzioan. Ildo horretatik, zehaztapenaren eta eranskailua dagoen leku zehatza adierazteko gaitasunaren ideiekin egin du jolas; hori ez da normalean gertatzen, kasu honetan eranskailu bat "hemen" adierazten duen aulkian dago, eta adierazpen hori, bere aldetik, azpimarratuta dago edo zirriborro bat dauka gainean.

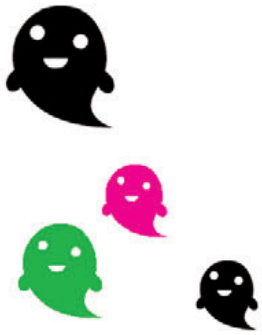
Gizonezko eta emakumeen komunak inbaditzen dituzte, beste generoari buruzko erreferentzien bidez, bai eta sexualitateari buruzkoen (espazio honetan galarazita dagoen bestearen sexuaren izena ahoskatuz). Tabako-makinan Bart Simpson-en irudiak pasotismoaren filosofiaren baitako esaldi bat diosku (arazorik gabe berea izan daitekeen horietakoa). Simpsonek adinarekin bat datozkion gauzei erreparatzeko bere begirada azalekoa erakusten du...

Eranskailuen ezaugarri publizitate eta aholku emaileari buruzko hausnarketa da; hartara, aholku paternalistak eginez: "mastekatu ezazu poliki", "jan itzazu produktu osasuntsuak", etab. Gainera, kaxa, armairu, ontzi... eta abarren edukia aipatzen dituzten eranskailuak hartu ditu aintzat: Horrenbestez, "I love café" testudun eranskailua jarri dut kafe-makinan, benetako bihotzaren irudia hartuta; horren bidez, kafea estimulagarria eta aldi berean hitzez hitzeko zentzuan bihotzari benetan eragiten dion elementua dela adierazi nahi dut.

Oro har, eranskailuen espazioa zehazteko eta pertsonalizatzeko gaitasunari buruzko lana da, baita tokian izango diren pertsonekiko interakzioaren gainekoa ere, herri iruditeria zabaldu, baieztatu eta kritikatuz.

El proyecto se centra en varios aspectos caracter'sticos de las pegatinas, en primer lugar en su funci n de indicar un lugar. En este sentido jug con la idea de concreci n y de se–alar justo el lugar sobre el que est la pegatina, cosa que no sucede normalmente, una pegatina que marca un lugar, es el caso de la pegatina sobre el asiento de aqu' y □ste a su vez tachado o subrayado con una x. Se invade el ba–o femenino y el masculino con referencias al g□nero opuesto y a la sexualidad, pronunciando el nombre, vedado en ese espacio, del sexo opuesto. En la m quina de tabaco, la imagen de Bart Simpson nos suelta una frase que bien podr'a ser de las suyas, propia de su filosof'a de pasotismo, y
su mirada superficial respecto a las cosas, propias por otro lado a su edad, etc. Reflexion sobre la caracter'stica publicitaria o consejera de la pegatina haciendo recomendaciones paternalistas del tipo: mastica despacio , o come sano , etc. As' mismo, se centr en la pegatina que hace referencia al contenido, de una caja, armario, recipiente, es por eso que he colocado la pegatina del I love caf□ , en la m quina del caf□, tomando el dibujo de un coraz n de verdad, en un juego en el que me refiero al caf□
como estimulante y como algo que afecta al coraz n literalmente. En general es un trabajo que se refiere al factor de concreci n del espacio y de personalizaci n que se consigue a trav□s de la pegatina, as' como el discurso de interacci n con los visitantes del lugar, de gui–o, ampliando, confirmando y criticando lo que vendr'a a ser el imaginario popular.





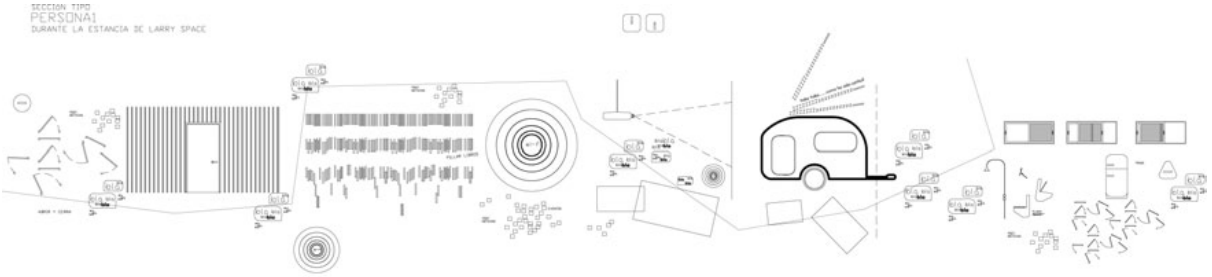
LarrySpace-ko seinaleztapena

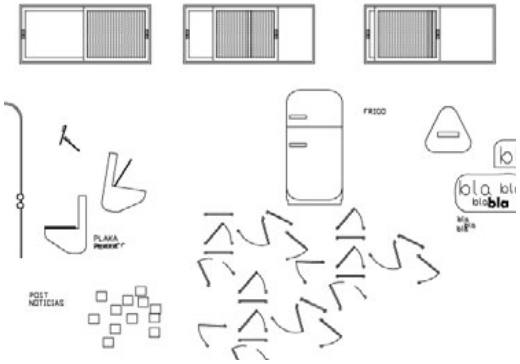
Antonio Calzado

Señalética de LarrySpace

Proiektu honetako topaguneetako bat Iñaki Larrimbe sortzaileak "Finlandiar sauna edo arroila-jaitsiera?" izenpean Alde Zaharreko lonja batean kokatu duen karabana da. Espazio eta erabilpenerako erreferentziadun seinaleztapena sortzeko asmoz pentsatu zen.

Uno de los puntos de encuentro de este proyecto, la caravana que forma parte del proyecto del creador I–aki Larrimbe, titulada Sauna finlandesa o descenso a los barrancos y ubicada en una lonja del casco antiguo de la ciudad, fue repensada con objeto de crear una se–al□tica con referencias espaciales y de uso.





Interbentzio jakin batzuk Hiria Gunean

Juan Aizpitarte / Nerea Lekuona

Algunas intervenciones en Espacio Ciudad

1.“Periskopio”, Argazki-kazetaritzari buruz Gasteizen egiten den erakustaldiko sinboloaren aldaketa (Toño).

2. Garbiketa aretoko seinaleztapena (Nerea)

3. Armiarmaren habia: armiarma-sarea (Juan)

1

3

2

1. Modificaci n del s’mbolo del Festival de Fotoperiodismo de Vitoria Periscopio (To–o)

2. Se–al tica de cuarto de Limpieza (Nerea)

3. El nido de la ara–a: telara–a (Juan)

Juan Aizpitarte
INTERBENTZIOAK

Gasteiz Sarea - Red Vitoria

INTERVENCIONES DE Juan Aizpitarte

Galería Itinerante
SALVESE QUIEN PUEDA

Aldian aldiko egoera jakin batzuek esaldi topikoak sortzen dituzte eremu sozialean, esaterako galeriaren jabeak beak hautatu zuen hauxe. Egungo konpromisoaren parean jartzen du tipografia arranditsu eta inozoak.

Las situaciones coyunturales despiertan en lo social ciertas frases conocidas como esta que eligi el propio galerista. Una tipograf'a pomposa e inocente la pone a la altura del compromiso actual.

SALVESE QUIEN PUEDA..

Montehermoso AMOR LIBRE
Montehermoso AMODIO ASKEA

Ñabardurarik gabeko eslogan horren atzean 60ko hamarkadako berdintasun aldarrikapenak daude. Gaur egun indar poetiko berezia hartzen du, generoaren inguruko etiketen ekoizpen neurrigabean. Gerora, Camilo Sestoren LP ospetsu baten izenburua bihurtuko zen.

Imagen cortes a de Ediciones Musicales BMG Music Ariola

Ese slogan sin matices que un'a las reivindicaciones de igualdad al final de los sesenta cobra una fuerza po□tica singular en la actual sobreproducci n de etiquetas ligadas al g□nero. Mas tarde ser'a el t'tulo del famoso LP de Camilo Sesto.

Eusko Legebiltzarra
LAUDIRUS

Parlamento Vasco
LAUDIRUS

Euskadiren batasunaren zentzu tradizional ikonoklastaren, eta espazio publikoaren gestioaren (aparkaleku ordaindua) arteko ikur hau erabakiak hartzeko leku batean kokatzen da Bere bitasuna eta kontraesanak lurralde-politiken neutraltasuna eta moral bikoitza imitatzen dute.

Este signo, entre sentido tradicional iconoclasta de la uni n de Euskadi y la gesti n del espacio p blico a trav s del parking de pago, se emplaza en zona de toma de decisiones. Su dualidad y contradicci n imitan la postura neutra y de doble moral de las pol'ticas del territorio.

Krea bulegoak KRISIALDIARI ESKER BERRIRO SUSPERTUKO DA IRUDIMENA

Oficinas Krea CON LA CRISIS VOLVERÁ LA IMAGINACIÓN

Kultur enpresen baikortasun kutsagarriak menpean hartu behar du atzerakada ekonomikoaren mamua, beharretik sortzen den indarra lagun.

El positivismo contagioso de las empresas culturales, debe vencer al fantasma del retroceso econ mico, con la fuerza que nace de la necesidad.

Gora Taberna
PLEGU BEREZIAK

Gora Taberna
PLIEGOS SINGULARES

Pantailak ausaz gainjarriaz "Brote" ediziotik eratorritako plegu berezi hauetako molde grafikoak sorrarazten dituzte.

Esta serie de superposiciones a partir de impresiones al azar componen los encuentros gr ficos en la selecci n de pliegos nicos derivados del la edici n Brote .

Artiumeko Liburutegia
LIBURU INTERAKTIBOA, STICKERDUNA

Artium Biblioteca
LIBRO INTERACTIVO CON STICKERS

"Brote" edizioaren ale baten kontsultak liburutegiko erabiltzaileak ikurrak osatzera animatu ditu, jolas moldeetan.

La consulta de un ejemplar de la edici n Brote en forma de prueba anima a los usuarios de la biblioteca a explorar la composici n de signos en forma de juego.

Bar Plaza CAMIS/PLEGUA/ FRANKENTSTEINen KARTELA/ DENOK DENEN AURKA

Bar Plaza CAMIS/PLIEGO/CARTEL FRANKENTSTEIN/ DENOK DENEN AURKA

Erakusleihoan, zatikiez eta adabakiz osatutako gizakiaren mitoa, bertsio grafikoan, Bibliaren antzera irekitako liburu bat, eta haren barruan era guztietako ikus-kutsadurak. Gezurrezko kamerak, probokazio zuzenduak eta ikus—jolasak.

En el escaparate, el mito del hombre construido a petachos en versi n gr fica, un libro abierto como una Biblia y dentro todo tipo de contaminaciones visuales. Falsas c maras, provocaciones dirigidas y juegos visuales.

Zabalgana
MUGARIK GABEKO HIRIAN

Zabalgana
EN LA CIUDAD SIN LIMITES

El proceso de expansión acelerada va dejando marcas en los anillos del extrarradio de las ciudades: un paisaje descontextualizado de autocad y revestimiento de placas. En muchas ciudades, lugares similares comparten una relación entre bloques de vivienda, parques homologado, salidas de garaje y escultura decorativa. Como escenarios de teleseries de bajo presupuesto, rodados en interiores con algunos decorados visuales para localizar la acción de la vida.

El proceso de expansi n acelerada va dejando marcas en los anillos del extrarradio de las ciudades: un paisaje descontextualizado de autocad y revestimiento de placas. En muchas ciudades, lugares similares comparten una relaci n entre bloques de vivienda, parques homologado, salidas de garaje y escultura decorativa. Como escenarios de teleseries de bajo presupuesto, rodados en interiores con algunos decorados visuales para localizar la acci n de la vida.

Zuloa espazioa
EXPO OBJEKTUAK

Espacio Zuloa
OBJETOS EXPO

Eguneroko objektu ahaztuetan eranskailuak erabiltzeko aukera sorta bat. Ikur publikoen kustomizazioa eta dekonstrukzioa.

Una variedad de posibilidades de usos de los adhesivos en objetos dom□sticos detourn□es . Customizaci n y deconstrucci n de signos p blicos.

Galería Trayecto
AMARAUNA

Galería Trayecto
TELA DE ARAÑA

Gasteizko ortoirudiak egitura zentrokide eta erradiala erakusten du, Katedraletik hasi, eta alde zaharraren kanpoaldera. Amaraun hori ikusi daiteke, baita zabalgune modernoekiko egiturazko topaguneetan.

La ortofoto de Vitoria desvelaba una construcci n conc ntrica y radial desde la catedral hacia el exterior del Casco viejo. La tela era visible incluso en los encuentros estructurales con los ensanches mas modernos.

Área Catedral PHOTO SPOT
Área Catedral PHOTO SPOT

Turistaren objektibotik ateratzen diren ikusmirak markatzeko borondate ironiko batek bultzatuta, "leku ederren" adierazle honek iruditerian eragina duten hiriko zonaldeetan jartzen du arreta.

En una voluntad ir nica de marcar cada mirada del objetivo del turista, este indicador de lugar bello nos reitera las zonas de la ciudad que operan en el imaginario, representado mas all de sus limites.

BIOGRAFIAK

Juan Aizpitarte

Donostia, 1974. Bordeleko École Nationale Superieure de Beaux-Artsen graduatu zen 1998an. Urte berean lanean hasi zen Asociación Zebra 3rekin Buy-Self katalogoan, eta baita Mauritzio Cattelan-ek sortutako Permanet Food aldizkariarekin ere. Bere lanaren funtsezko oinarria bideoa eta instalazioak dira, arte-diziplina eta -estrategia desberdinen moldeetan agertu eta deseginduz: performance artistikoa, serigrafia, soinua, eskultura, bideoa, argazkia... Ekintzez eta errepresentazioz mugen gainetik harat-honat ibili zale, gizarte politiken eta masa-estetiken eremuetan ere aritua da Bere azken lanetan jolasa komunikabide bihurtzen da, eta publikoa bera bere lanaren osagarri. Hiri-espazioen gaineko ikerlea da; horrez gain, hiri espazioan eta hiri espazioen gaineko ekintzetan parte hartzen du, gizarte aktibismotik eta esku hartze mediatikotik mundu garaikidea berrinterpretatzeko bide. Bere lan bideografikoetan, itxurazko urruntze baten atean, kontu horiek lantzen ditu ikuspegi introspektiboago batetik, dena ironia sotil baten eraginpean.

Gaur egun Donostian bizi da, Euskal Herrian.
Bere azken proiektuen artean, hauek nabarmendu daitezke: Post, nazioarteko edizio lantegia, École des Beaux Arts de Bordeaux (2009). Brote erakusketa eta liburuaren edizioa, Donostiako Nocolor (2008), Bilboko Espacio L'mono (2008) eta Gijongo Espacio Líquido (2008) galerietan. Esku hartzeak espazio publikoetan, Zeinuak zeinu gainean jardunaldi-lantegian zehar, Gasteizko hainbat tokitan (2008). Erakusketak: Sobre puentes, calles ventanas y fantasmas. Arteko Galeria (2008), Artista Berrien Koldo Mitxelena Lehiaketa, Donostia (2007), OhhYeahhh. Arte eta teknologia berriei buruzko laborategia. Antiguo Instituto Kulturgunea, Gijon (2006), Kickflip, Buy-Sellf catalogue, Palais de Tokio, Paris (2004), TNT, Bordele, (2003), Gaur Hemen Orain. Bilboko Arte Ederren Museoa (2002). Snuff Bunny, La vie ç zit des reves, FRAC Collection Aquitaine, Bordele; CAPC (2000), DV Galeria (2001). FunBox. Aller-Retour. Triangle Galeria, Bordele (1997), Programa, Blockhaus DY10. Nantes (1997), Trans, Hi Ha Mes Equips. Metrónom Galeria, Bartzelona (1997). Artista hetorodoxoekin batera aritu izan da, esaterako: Mauritzio Cattelan, Txomin Badiola, Buy-Sellf, Xabier Erkizia, Action Futur, Manu Uranga, Nicolas Milhe, Florent Mazzoleni, Juan Pérez, Pierre Hourquet eta Four Taxiseko Michel Aphesberou. Gainera, parte hartu du musikaren eta arte garaikidearen esparruetako diziplinarteko zenbait proiektutan: Atracción Reacción, Musika berrien festibala, Arteleku Donostia (2002).
juanaizpitarte@yahoo.com

Javier Abarca

Madrid 1973. Madrilen bizi eta lan egiten du.
Irakasle eta kritikaria da. Arte Ederrak ikasi zuen Madrilgo Complutense Unibertsitatean eta tipografia Colchester School of Art and Design, Erresuma Batua.
Laurogeigarren hamarkada erditik egungo hamarkada arte graffitian eta hiri artean aritu izan da. Madrilgo trenen inguruan laurogeigarren hamarkadan egindako graffitiaren hastapeneko buru izan zen. Lehen espainiarra izan zen Europako hiriburu nagusienetan jarduten laurogeita hamargarren hamarkada hasieran. Bere lanak eragin handia izan zuen graffiti idazle nazionalen belaunaldietan.
Laurogeigarren hamarkadaren amaieran garatzen hasi zenetik hiri artearen inguruko eszena nazionalean ezkutuko aktore izan da. Figuran handien aholkulari izan da eta idazle lanetan aritu da. Fenomenoaren eboluzioko testigu zuzena izan da eta ordezkari garrantzitsuenekin harreman estua du. Hamarkada honen erditik gaurdaino hiri artearen teorizazio eta ikerketa lanetan ari da soilik.
Irakasgai monografiko bat zuzentzen du 2006az geroztik Madrilgo Unibertsitate Complutenseko Arte Ederreko Fakultaterako. Hitzaldiak ematen ditu eta artikuluak argitaratu hainbat forotan, bere blogean ere bai. Bera da hiri arteari buruzko gaztelerazko artikulu sakonak eskaintzen duen iturri bakarra. Aula Continua de Arte Urbano foroa zuzentzen du; espazio teoriko praktiko irekia da, Madril erdian kokatuta. Urbanismo Audiovisual zuzentzen du; hiri artearen inguruko hainbat ikuspuntu eskaintzen duen dokumentalen erakusketa ibiltaria. Madposter jaialdia zuzentzen du; Madrilen egiten den poster art arteari buruzko nazioarteko erakusketa monografikoa da.
Pifostio argazki-bilduma zabalaren egilea da; Madrilgo kaleko irudi grafiko partikularrari buruz egin zuen 1999 eta 2006 bitartean. Bilduma hori Photoespañan erakutsi dute, Madrilgo Centro Conde Duque aretoan eta Valentzian egindako Nazioarteko II. Tipografia Biltzarrean.

Florent Mazzoleni

Bordelen bizi da eta han egiten du lan. Idazlea, kazetaria eta argazkilaria da. Honako gaien inguruan idazten du nagusiki: herri-musikak, bidaiak, argazkilaritza, Afrika eta Estatu Batuetako hegoaldea. 90eko hamarkadan graffiti arloan aritu zen Frantzian. Hainbat aldizkarietan idazten du: L´Optimun, TGV Magazine, Afrique Magazine, Monde 2, Vibrations, VSD edo Ulyssen. L'odyssée du rock 1954-2004 (Hors Collection 2004, réédité en 2005 et 2007) idatzi du. 2005. urtean, James Brown, l'Amérique noire, la soul et le funk y Les White Stripes et la scène de Detroit

argitaratu zuen Hors Collection argitaletxean. 2006an Nirvana et le punk rock américain aurkeztu zuen Hors Collectionen eta Memphis, aux racines du rock et de la soul Castor Astral argitaletxean. 2007an Rock'n'Roll 39-59 parte hartu zuen, Cartier Fundazioak izen bereko erakusketako katalogoan alegia, eta urrian Disco plazaratu zuen Flammarionen. 2008ko apirilean L'épopée de la musique africaine :rythmes d'Afrique Atlantique argitaratu zuen Hors Collectionen eta azaroan Les racines du rock argitaletxe horretan ere. Salif Keitari buruzko biografia amaitu berri du eta Motown diskaetxeren urrezko garaiaren inguruko liburua idazten ari da; biak 2009aren amaieran argitaratuko dituzte.

Ángel López de Luzuriaga

Ekonomia Zientzietan lizentziaduna, eta aholkularia marketing eta Internet alorretan .
LUKE aldizkariaren sortzaile eta editorea da (www.espacioluke.com). Gasteiz.

Antonio Calzado

Barne-espazioen diseinatzailea, espezialista infoarkitekturan eta errepresentazioan. Hiri altzarien esparruan egin izan du lan, "Las 3.000 viviendas" poligonoko seinaleei eta hiri paisaiari buruzko proiektuan. Sevilla.

Blanca Rodríguez

Arkitekturako 5. ikasturteko ikaslea da ETSASS-DAGETen (Donostiako Arkitektura Goi Eskola Teknikoa). Horrez gain, eranskailuen diseinuak marrazten eta egiten du. Hiri ekintzaile den aldetik, arteiensayo.blogspot.com izeneko bloga sortu du. Gasteiz

José Antonio Antón

Informatikako eta alemaniar filologiako ikasketak ditu. Kulturaren esparruan argazkigintzan aritzen da; bere obraz gain, jarduera ugari antolatzen ditu eta hainbat kolektiborekin aritzen da. Gasteiz

Miguel Ángel Rojas

Arkitekto eta hirigilea da, paisaien alorrean dihardu lanean: hiri- eta kultura-paisaiak, azpiegiturak. Gainera, hiri garaikideak aldatzeko proiektuetan aritzen da. Tesina egiten ari da Gasteizko Eraztun Berdeari buruz, "hiri ekotono" gisa. Sevilla

Javi Aldarias

Arkitektura "materialari" buruzko ikasketak utzi, eta arkitekturaren alderdi inmaterialetan murgildu da; ordutik hona ingurune birtualak, informazioaren arkitektura, soinu espazioak, bideo-sormena eta hiri-instalazioen esparruan egiten du lan. Hainbat arkitekto-tailerretan egin du lan, eta instalazioak sortu honako erakundeetan: Sevillako Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC), Lisboako Fundaçao Galouste Gulbenkian, eta Lille-ko Le Fresnoy, Studio National des arts contemporains. Jaen

Natalia Aragón

Antropologia sozialeko eta ikus-entzunezko arteetako lizentziaduna da Chispas-eko Zientzia eta Arteen Unibertsitatean. Erakusketa eta interbentzio ugaritan hartu izan du parte, argazkigintza, marrazketa eta grabatua uztartuz. Mexiko

Nerea Lekuona

Diseinatzaile grafikoa eta argazkilaria da. Hiri garaikidea antzematen, bereganatzen eta berrinterpretatzen du, bakarka edo beste sortzaile batzuekin batera. Gasteiz

Sebastián Bayo Oñoro

Arkitekto hirigile hau Kultur Ondarearen Kudeaketaren esparruan aritzen da. Harremanean dago aspalditik artearen munduarekin, batez ere arkitekturarekin eta hirigintzarekin zerikusia duten ildoekin. Gasteiz

Violeta Nicolás

Arte Ederretako ikaslea da Murtziako Unibertsitatean. Hiri-ekintzetako hainbat proiektutan hartu izan du parte, esaterako Fakultateak eta Milango Udalak antolatutako Out of control erakusketa kolektiboan Murtzia

Zuriñe Celaya Arroyabe

Arkitekto paisajista titulazioa lortu zuen Nafarroako Unibertsitatean. Bere estudioa Gasteizen dago, baina proiektu ugaritan aritu izan da Alemanian eta Portugalen, zeinetan hiri garaikideari eta ekologiari buruzko kezkak eta ideiak gauzatu dituen. Gasteiz

BIOGRAFIAS

Juan Aizpitarte

San Sebasti n, 1974.
Actualmente reside en San Sebastian, Pa's Vasco.
Se gradu en 1998 en la cole Nationale Superieure de Beaux-Arts de Burdeos. El mismo a–o comienza una colaboraci n con la Asociaci n Zebra 3 en el Catalogo Buy-Sellf y con la revista Permanet Food creada por Mauritzio Cattelan. Su trabajo parte fundamentalmente del video y la instalaci n, apareciendo y desintegr ndose tras diferentes estrategias y disciplinas art'sticas, como la performance, la serigraf'a, el sonido, la escultura, el video y la fotograf'a. Transfronterizo de acci n y representaci n, invade los terrenos de las pol'ticas sociales y la est tica de masas. En sus ltimos trabajos el juego se impone como forma de comunicaci n introduciendo al p blico como parte sus obras. Investiga e interviene en los territorios de la urbe a traves de acciones en y sobre el espacio urbano que permiten repensar desde el activismo social y de intervenci n mediatica el mundo contempor neo en cuesti n, mientras que en sus obras videogr ficas tras un aparente distanciamiento, introduce estas cuestiones desde una postura mas introspectiva y de deriva existencial impregnado de una sut'l iron'a.

Entre sus ltimos proyectos cabe destacar: Post, taller editorial internacional, cole des Beaux Arts de Bordeaux (2009) ; Edici n y exposici n Brote, Galer'a Nocolor (2008) San Sebastian ; Espacio L mono, Bilbao (2008) y Espacio L'quido, Gij n (2008). Intervenciones en el espacio publico Taller Signos sobre signos, contaminaci n en diversos espacios de Vitoria-Gasteiz (2008). Exposiciones: Sobre puentes, calles ventanas y fantasmas. Galer'a Arteko (2008); Certamen artistas noveles Koldo Mitxelena, San Sebasti n (2007); Ohh Yeahhh. Laboratorio de arte y nuevas tecnolog'as. Centro de cultura Antiguo Instituto, Gij n (2006); Kickflip, Buy-Sellf catalogue, Palais de Tokio, Paris (2004);TNT, Bordeaux, (2003); Gaur Hemen Orain. Museo de Bellas Artes de Bilbao (2002) ; Snuff Bunny, La vie e zit des reves, FRAC Collection Aquitaine, Bordeaux; CAPC (2000); Galer'a DV (2001). FunBox. Aller-Retour ; Galer'a Triangle Bordeaux (1997); Programa, Blockhaus DY10. Nantes (1997);Trans, Hi Ha Mes Equips. Galer'a Metr nom Barcelona,(1997). Ha colaborado con artistas heterodoxos como: Mauritzio Cattelan, Txomin Badiola, Buy-Sellf, Xabier Erkizia, Action Futur, Manu Uranga, Nicolas Milhe, Florent Mazzoleni, Juan P rez, Pierre Hourquet y Michel Aphesberou de Four Taxis y en acciones interdisciplinares en el mbito de la m sica y el arte contempor neo: Atracci n Reacci n, Festival de nuevas m sicas, Arteleku San Sebastian (2002)
juanaizpitarte@yahoo.com

Javier Abarca

Madrid 1973. Vive y trabaja en Madrid.
Es cr'tico y profesor. Estudi bellas artes en la Universidad Complutense de Madrid y tipograf'a en el Colchester School of Art and Design, Reino Unido.
Desde mediados de los ochenta hasta entrada la presente d cada desarroll una notoria actividad en los campos del graffiti y el arte urbano. Encabez la primera escena de graffiti sobre trenes de Madrid a finales de los ochenta, y durante los primeros noventa fue el primer espa–ol en actuar en las principales capitales europeas. Su trabajo signific una profunda influencia en generaciones enteras de escritores de graffiti nacionales.
Actor en la sombra en la escena nacional de arte urbano desde que sta comenzara a desarrollarse a finales de los noventa, ha actuado como asesor y redactor de diversas primeras figuras. Ha sido testigo directo de la evoluci n del fen meno y mantiene contacto estrecho con sus principales representantes. Desde mediados de la presente d cada se dedica en exclusiva a la investigaci n y teorizaci n del arte urbano.
Dirige desde 2006 una asignatura monogr fica sobre arte urbano para la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. Dicta conferencias y publica art'culos en diversos foros, entre ellos su blog personal Urbanario, nica fuente de art'culos de fondo en castellano sobre arte urbano. Dirige el Aula Continua de Arte Urbano, un espacio abierto te rico-pr ctico situado en el centro de Madrid. Dirige Urbanario Audiovisual, una muestra itinerante que re ne un amplio cartel de documentales con diversas perspectivas sobre el arte urbano. Dirige el festival Madposter, una muestra monogr fica internacional de poster art que se celebra en Madrid.
Es autor de la extensa colecci n fotogr fica Pifostio, desarrollada entre 1999 y 2006, que documenta la particular gr fica popular callejera de Madrid. La colecci n ha sido mostrada en Photoespa–a, el Centro Conde Duque, Madrid, y el II Congreso Internacional de Tipograf'a, Valencia.

Florent Mazzoleni

Vive y trabaja en Burdeos. Escritor, periodista y fotogr fo. Escribe fundamentalmente sobre m sicas populares, viajes, fotograf'a, Africa y el sur de los Estados Unidos. Durante los 90 estuvo muy vinculado a la esfera del graffiti en Francia. Es colaborador de L Optimum, TGV Magazine,

Afrique Magazine, Monde 2, Vibrations, VSD o en Ulysse. Es autor de L odyss□e du rock 1954-2004 (Hors Collection 2004, r□□dit□ en 2005 et 2007). En 2005, public James Brown, l Am□rique noire, la soul et le funk y Les White Stripes et la sc ne de Detroit con Hors Collection. En 2006, present Nirvana et le punk rock am□ricain con Hors Collection et Memphis, aux racines du rock et de la soul con la editorial Castor Astral. En 2007, participan en Rock n Roll 39-59, catalogo de la exposici n hom nima en la Fondation Cartier, antes de publicar Disco en el mes de octubre con Flammarion. En abril de 2008 publica L□pop□e de la musique africaine :rythmes d Afrique Atlantique con Hors Collection, seguido de Les racines du rock en el mes de noviembre de 2008,con el mismo editor. Acaba de finalizar una biograf'a de Salif Keita y prepara un libro sobre la edad de oro Motown, dos obras que aparecer n a finales de 2009.

Ángel López de Luzuriaga

Licenciado en Ciencias Econ micas, marketing y consultor de Internet.
Es fundador y editor de la revista LUKE www.espacioluke.com. (Vitoria-Gasteiz)

Antonio Calzado

Dise–ador de interiores especializado en infoarquitectura y representaci n. Ha trabajado aspectos de mobiliario urbano, en el proyecto de se–al□tica y paisaje urbano del Plan integral para el pol'gono sur 3000 viviendas . (Sevilla).

Blanca Rodríguez

Estudiante de 5□de arquitectura en la ETSASS ademas de su formaci n en esta rama, dibuja y realiza dise–o de pegatinas. Como activista urbana ha creado el blog: arteiensayo.blogspot.com. (Vitoria-Gasteiz)

José Antonio Antón

Con estudios en Inform tica y Filolog'a Alemana, su actividad en el campo de la cultura le sit an en el lado de la creaci n fotogr fica desde el que ademas de producir obra organiza numerosas actividades y colaboraciones con colectivos. (Vitoria-Gasteiz)

Miguel Ángel Rojas

Arquitecto, arquitecto y urbanista trabaja sobre paisajes ; urbanos, culturales, infraestructuras ademas de estar involucrado en proyectos sobre transformaci n de la ciudad contempor nea. Su tesina se centra en el anillo verde de Vitoria-Gasteiz como ecotono urbano . (Sevilla)

Javi Aldarias

Deja los estudios de arquitectura material y se centra en los aspectos inmateriales de la arquitectura, trabajando desde entonces sobre entornos virtuales, arquitectura de la informaci n, espacios sonoros, videocreaci n e instalaciones urbanas. Colaborador de diversos estudios de arquitectura, ha realizado instalaciones en el Centro Andaluz de Arte Contempor neo (CAAC) Sevilla, la Fundaa o Galouste Gulbenkian de Lisboa y en Le Fresnoy, Studio National des arts contemporains en Lille. (Ja□n)

Natalia Aragón

Estudios en antropolog'a social y de la licenciatura de artes visuales por la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Ha participado en numerosas muestras y acciones donde fotograf'a, grabado y dibujo se entremezclan. (M□xico)

Nerea Lekuona

Dise–adora gr fica y fot grafa. Capta, absorbe y reinterpreta la ciudad contempor nea en acciones individuales o en colaboraci n con otros creadores. (Vitoria-Gasteiz)

Sebastián Bayo Oñoro

Arquitecto urbanista vinculado a la gesti n del Patrimonio Cultural. Desde hace a–os mantiene una relaci n estrecha con el mundo art'stico, sobre todo con aquellas l'neas que interact an con la arquitectura y el urbanismo. (Vitoria-Gasteiz)

Violeta Nicolás

Estudiante de Bellas Artes en la Universidad de Murcia. Ha realizado distintos proyectos de acciones urbanas como la muestra colectiva: Out of control organizada por la Facultad y el Ayuntamiento de Mil n. (Murcia)

Zuriñe Celaya Arroyabe

Arquitecta paisajista por la escuela t□cnica superior de arquitectura. Universidad de Navarra. Con estudio en Vitoria-Gasteiz, ha trabajado en distintos proyectos en Alemania y Portugal plasmando sus inquietudes entorno a la ciudad contempor - nea y la ecolog'a. (Vitoria-Gasteiz)

GLOSARIOA

3D: *Hiru dimentsioko estilo bat da; sarritan wildari aplikatzen zaio, hura konplexuago bihurtzeko. Phase2 New Yorkeko graffitizale ezagunak asmatu zuen.*

Blackbook: *Graffiti-artista jakin baten zirriborro edo sketche-ak biltzen dituen liburua da: Piecebook edo writers bible ere deitzen zaio.*

Blockbuster: *Bi koloreko eta tamaina oso handiko letrak dira. Blade eta Comet-ek asmatu zituzten, bagoi osoak azkar batean margotzeko asmoz.*

Bonbardaketa edo Bonbardatzea (bombing): *Margotzera ateratzea, espraiarekin horma eta trenak masiboki margotzea.*

Bubble letters: *Phase2-k asmatu zuen estiloa. Bunbuila edo laino itxura duten letra borobilduak dira, gerizpea ere izan dezakete. Oso azkar egiten dira.*

Burner: *Kolore distiratsu ugariko piezei deitzen zaie, kalitate oneko estilodunei (wildstyle); efektu horien baturak horma erretzen dagoela irudikatzen dute.*

Cap Eme: *Ahoan hodi txiki bat duten potoetan sartzen den capa.*

Cap Ar: *Cap hauek hodi txikia dute; beraz, soilik aho emedun potoetan sartu daitezke.*

Cap, Balbula edo Tip: *Esprai-potoen ahoko muturrak dira. Lodieraren arabera pintura gehiago edo gutxiago aterako da aldiko. Lodiera hazbetetan neurtzen da.*

Character (Karaktere): *Elementu figuratiboa (komiki, liburu, telebistako edo herri kulturaren animalia edo/eta pertsonaiak), pieza umore ukituaz janzteko, edo indartzeko. Hasieran, pertsonaiak letren mendera jartzen ziren,baina gaur egun berezko estilo bat osatu dute.*

Crew (taldea): *writer taldea da, lan kolektiboak sortzen dituzte, taldearen taga eta beren izenekin. Crewen izenak hiru letrakoak ohi dira (nahiz eta gehiago ere izan ditzaketen), eta esanahia kideen araberakoa da.*

Drip: *Tagei eransten zaien tantak edo zurrustaka irudikatzen duen efektua da. Eskarmentu gutxiko eta aerosola ganoraz erabiltzen artean lortu ez duten writeren piezetan aurkitzen da. Egoera jakin bakar batean onartzen da, berariaz egina dagoenean; orduan oso ehundura ederrak ematen ditu.*

Estiloa: *Lehen idazle bakoitzaren letren sinonimoa zen. Gaur egun artista jakin baten estiloa adierazten du.*

Fanzinea: *Tamaina txikiko eta orrialde gutxiko aldizkaria, gai jakin bati (gure kasuan graffitia) buruzkoa. Es realizado por una persona o fan que está dentro de la escena.*

Fat Cap: *Marra lodia sortzen duen balbula da; horri esker, erraz eta azkar bete daitezke barruak.*

Fill in (Betegarria): *Pieza bateko barruko kolorea da, okaztatua (throwup).*

Flick- (Flicak, Flixs): *Graffiti argazkiak.*

Horma irudia: *Hondo, piezak eta karaktereak dituen ekoizpena. Pieza handia izaten da, horman egina, kontuan hartu gabe erabilitako teknika, ezta pintzelez edo espraiz egina dagoen.*

Icon Grafiti edo Logo Grafiti: *Graffiti estilo nahikoa berria, ikur eta logotipo bereziki deigarriak sortzen espezializatua.*

Idazlea: *Graffiti artista, normalean letrekin aritzen da.*

Kill: *Neurriz gain marraztatu edota bonbardatzea.*

King: *Denetan onena, tag, bonbardaketa edota pieza gehien egin dituena; artistak teknika jakin bateko edo eremu geografiko jakin bateko King izan daitezke.*

Minstrick: *Argizarizko markagailua, Crayole estatubatuar markaren erakoa. Aplikatzerakoan kolore aldaketa efektuak sortzen ditu; izan ere, kolore desberdineko atalez egina dago. Gainera, kristal gainean ere idazten du.*

Nugget: *Oinetakoentzako betuna, tageatzeko erabilia; potea esponjadun isipua etortzen da. Kolore ohikoenak beltza eta zuria dira.*

***New School**: 90eko hamarkadan Europan garatutako estiloa; haur-joerakoa eta amorfoa da, eta umore handikoa. Diseinu-elementu sinpleen bidez betetzen dira barruak: puntuak, marrak, ileak.*

***Old School (Antzinako Eskola):** 70ko hamarkadaren erdialdetik 82 edo 83 urte ingururainoko marrazkilariei deitzen zaie (baita garai hartako hip hop musikari ere). Errespetu handia zaie orduko idazleei, mugimenduaren aitzindari izan zirelako.*

***Outline:** Betegarririk gabeko letra edo karaktereen marrazketari deritzo. Horman egindako lehen marra, lehen trazadura da; izan daiteke; baita amaierako delineatua ere.*

***Pieza:** Terminoa ingelesezko Masterpiece (maisulan) hitzetik dator. Espraiarekin egindako eta funtsean letren bidez osatutako margoak izendatzen ditu. Nork bere izena edo bere crewa marraztean datza, baina hiru kolore baino gehiago izan behar ditu piezatzat jotzeko.*

***Post Graffiti edo Neograffiti:** Graffitiaren eboluzio modernoa. Ikusmolde berritzaileak ekarri ditu itxuraren eta teknikaren aldetik, graffitiaren estilo klasikoko ohiko kontzeptuetatik haratago doazenak.*

***Posterman:** Errotulagailu lodiak, burua ia laukia dute, eta binilo-pinturazkoak dira. Lodiera desberdinekoak dira.*

***Powser:** Gutxiesteko terminoa da. Powser edo Poser deitzen zaie itxura hutsa beste motibaziorik ez dutenei. Sinonimoa du wannabe hitza, hau da, ez denaren itxura hartzen duena. Modari jarraiki margotzen duten tagerak dira, eta horrekin izen ona kentzen diote mugimenduari. Horrela deitzen zaie baita etengabe hiri tribuz aldatzen direnei; egun jakin batean eskaterren eitean agertuko dira, hurrengoan graffitizale, gero punk, eta abar, ikusten dutenaren itxurara egokituz.*

***Scriber:** Tagak egiteko diamante-buruzko tresna da (harriekin ere egin daiteke); behin erabiliz gero, ezin dira ezabatu.*

***Scrub:** Bi koloreko throwupak dira, oso azkar betetzen dira, eta ez du inporta betegarria solidoa den edo ez.*

***Stencil (Txantiloia):** Txantiloia soslai jakin bat material zurrun baten gainean moztuaz egiten da; behin txantiloia eginda, bertako irudia behin eta berriz kopiatu daiteke, pintzelez edo espraiz.*

***Sticker:** Tag, pieza edo karakteredun eranskailuak dira, errotulagailuz, pinturaz edo serigrafiaz egiten direnak.*

***Street Art:** Post graffiti ere deitzen zaio. Txantiloiak, posterrak, kalkomaniak eta bestelako objektu batzuk (beti ere artistaren sormenaren arabera) aplikatzearen bidezko kaleko artea da.*

***Tag:** Hauxe da graffitiaren oinarri-oinarrizko moldea. Graffiti-artista jakin baten sinadura da, haren goitizena era ikusgarrian adierazteko molde estilizatua. Sarritan "er"," est" edo "oner" sufijoak eransten dizkiete.*

***Taggeatzea edo Tagging up:** Pinturaz edo errotulagailuz norberaren taga margotzeko egintza.*

***Tagger:** Writeraren aurkakoa. Tagak baino ez du egiten, asko jota throwupak. Metodo suntsitzaileagoak erabiltzen ditu. Ez du inoiz piezarik egiten, writer eskarmentudunek gutxietsi egiten dituzte.*

***Throw up (Okaztatua):** Letra sinpleak dira, oso azkar egin daitezkeenak; normalean soslaiaz (outline) eta betegarriaz (fill in) osatzen dute.*

***Top to bottom:** Bagoien kanpoaldea sabaitik oineraino betetzen dituzten piezak. Horma oso bat goitik behera betetzea. Lehen top to bottom Hondo-k egin zuen, 1975. urtean. Dead Leg-ek egin zuen lainodun lehen top to bottoma.*

***Toy:** Eskarmentu gabeko edo abilezia eskaseko writer, estilo oso eskasekoak. Toyren antzinako definizio bat hauxe da: "Trouble on your system" (hots: arazoak zure sisteman).*

***Toy/Zapaldu:** Horrela deitzen zaio writer batek beste baten izena berearekin estaltzeko egintzari*

***WildStyle (Estilo basatia):** Elkargurutzatzen diren letrez osatutako egitura konplexua da. Estilo konplikatua da, elkarlotura eta gurutzaketak lortzean datza. Batzuk ulertezinak dira.*

***Whole Car:** Bagoi oso bat hartzen duen pieza, top to bottomen antzekoa da.*

***Whole Train**: Tren osoa piezaz betetzea. Caine-k bi Whole Train egin zituen 1976an, eta beranduago beste bi The Fabulous Five-ek.*

GLOSARIO

3D: Es un estilo tridimensional muchas veces se le aplica al wild para hacerlo m s complejo. Lo invento Phase2. (conocido graffitero newyorkino)

Blackbook: Es el libro de bocetos o sketches de un artista del graffiti, tambi□n se le llama piecebook o writers bible.

Blockbuster: Son letras muy grandes cuadradas de dos colores. Blade y Comet las crearon para pintar los vagones completos r pidamente.

Bombardeo o Bombardear (bombing): Salir a pintar, pintar masivamente con spray paredes o trenes.

Bubble letters: Phase2 cre el estilo. Son un tipo de letras redondeadas que tienen forma de burbuja o nube, pueden llevar sombra. Son r pidas de hacer.

Burner: Es cualquier pieza que tenga muchos colores brillantes, un buen estilo (wildstyle) el conjunto de todos estos efectos hacen parecer que se est quemando en la pared.

Cap Hembra: Es la cap que se inserta en latas que tienen un tubito en la entrada.

Cap Macho: Es la cap que tiene un tubito y solo se puede insertaren las latas con entrada hembra.

Cap, Válvula o Tip: Son las boquillas de las latas que producen l'neas de diferente grosor seg n la emisi n de pintura, se mide en n mero de dedos.

Carácter (character): Elemento figurativo (animales o personajes tomados de comics, libros, TV o de la cultura popular) para a–adir humor o □nfasis a la pieza. Al principio, los personajes estaban subordinados a las letras, pero actualmente forman un estilo independiente.

Crew (grupo): Son un grupo de writers, quienes crean piezas colectivas con el tag del grupo y sus nombres. Los nombres de los crews son de tres letras (puede tener m s letras) y su significado depende de los miembros.

Drip: Es un efecto de goteado o chorreado que se les da a los tags. Se puede encontrar en las piezas de muchos writers inexpertos que a n no han conseguido controlar el aerosol. Solo es aceptable cuando se usa de manera intencional dando como resultado muy buenas texturas.

Esténcil (Plantilla): T□cnica por la que se recorta una silueta en un material r'gido para crear una plantilla con la que se puede reproducir esa imagen una y otra vez, con pincel o aerosol .

Escritor: Artista del graffiti que generalmente trabaja con letras.

Estilo: Antes era un sin nimo de las letras de cada uno de los escritores; actualmente hace referencia al estilo individual de un artista.

Fanzine: Es una revista de formato peque–o y no muchas p ginas, acerca de un tema de inter□s en este caso el graffiti. Es realizado por una persona o fan que est dentro de la escena.

Fat Cap: Es una v lvula que produce un trazo grueso, con la que se puede rellenar con rapidez.

Flicks (Flicas, Flixs): Fotos de graffiti.

Icon Grafiti o Logo Grafiti: Estilo de graffiti relativamente nuevo que se especializa en la creaci n de emblemas y logos llamativos

Kill: Rayar o bombardear excesivamente.

King: Es el mejor, el que tiene mayor n mero de tags, bombas o piezas (King en Throwups, King en Tags, King de un rea).

Minstrick: Marcador de cera, tipo crayola (marca americana) que a la hora de aplicarlo realiza un efecto de cambio de color, debido a que su cuerpo est formado por secciones de cera de colores variados y permite escribir sobre cristal.

Mural: Es una producci n con fondo, piezas y caracteres. Obra de grandes dimensiones creada en una pared, sin importar la t□cnica o si est pintada con pincel o spray.

Nugget: Tinta de zapatos, es usada para tagear, consiste en un bote con una brocha de esponja normalmente viene en colores negro y blanco.

New School: Estilo desarrollado en los 90 en Europa con car cter infantil, amorfo y mucho sentido del humor. Se reconoce por la aplicaci n de elementos del dise–o sencillos en los rellenos. Puntos, rallas, pelosÉ

Outline: Es el bosquejo de letras o caracteres sin ning n relleno. Son las primeras l'neas o trazo que hacemos en la pared antes de empezar la

pieza o es el delineado realizado al final.

Pieza: T□rmino que proviene de la palabra inglesa Masterpiece (obra maestra), y que hace referencia a pinturas realizadas con spray, compuesta b sicamente de letras. Es cuando pintamos nuestro nombre o el de nuestro crew, debe tener m s de tres colores para ser considerado una pieza.

Post Graffiti o Neograffiti: Evoluci n moderna dentro de la cultura del graffiti que se caracteriza por enfoques innovadores respecto a la forma y la t□cnica, que van m s all de los conceptos tradicionales del estilo cl sico del graffiti.

Posterrman: Marcadores gruesos con punta casi cuadrada que contienen pintura vin'lica de colores y grosor variados.

Powser: T□rmino despectivo. Powser, Poser o Posero son los que solo agarran una pose para apantallar; es un sin nimo de wannabe, es decir alguien que act a como si fuera algo que no es. Son tagers que s lo pintan por moda, que desprestigian el movimiento. Tambi□n se les llama as' a los chavos que cambian constantemente de tribu urbana; un d'a aparentan ser skaters, luego grafiteros, despu□s pandilleros, darks o emos y as' se van por la vida tomando la apariencia de lo que ven.

Relleno (fill in): Es el color interior de una pieza o vomitado (throwup).

Scriber/rallador: Es un instrumento para hacer tags hecho con una punta de diamante, tambi□n se encuentran en forma de piedras y causan mucho da–o donde se usan, imposible de borrar.

Scrub: Son throwups de dos colores que se rellenan r pidamente y no importa si el relleno es s lido.

Stickers: Son adhesivos con un tag, pieza o car cter, que se hacen con marcador, pintura o serigraf'a.

Street Art: Tambi□n se conoce como Post-graffiti. Es el arte que est en las calles por medio de la aplicaci n de plantillas, p ster, calcoman'as,y otros objetos, dependiendo de la creatividad del artista.

Tag: La forma m s b sica del graffiti. Firma llamativa de un artista del graffiti con la que escribe el nombre con el que es conocido de una forma estilizada, muchas veces le a–aden los sufijos er , est , oner ;

Taggear o Tagging up: El acto de poner tu tag con marcador o pintura.

Tagger: Lo opuesto a writer. Solo hace tags o m ximo throwups. Utilizan m□todos m s destructivos. Nunca hace piezas y son considerados inferiores por writers experimentados.

Top to bottom: Es una pieza que se extiende desde techo hasta el piso de un vag n. Cubrir una pared de arriba abajo. El primer top to bottom se hizo en 1975 por Hondo. Dead Leg hizo el primer top to bottom con una nube.

Toy: Es un writer sin experiencia o incompetente, que utiliza tapas baratas o con un estilo muy malo. Una vieja definici n de toys es Trouble on your system . Problema en tu sistema.

Toy/Pisar: Cuando un writer cubre el nombre de otro writer con el suyo.

Vieja Escuela (Old School): Son los d'as cuando se pintaba en los mediados de los 70 al 82 u 83 o es la m sica de hip hop de ese periodo. Se les llama a los escritores que son respetados por ser iniciadores del movimiento en cada regi n.

Vomitado o Throwup: Letras sencillas que se pueden realizar muy r pido y que generalmente constan de contorno (outline) y relleno (fill in), con uno o dos colores como m ximo.

WildStyle (Estilo Salvaje): Es una construcci n complicada de letras entrecruzadas. Un estilo dif'cil que consiste en diversas conexiones. Algunos son indescifrables.

Whole Car: Una pieza que cubre todo el vag n, es parecida al top to bottom.

Whole Train: Cubrir todo el tren con piezas. Dos Whole Trains fueron hecho por Caine en 1976 y otros dos mas despu□s por The Fabulous Five.

STICKERS IN PUBLIC AUTONOMOUS ART

Javier Abarca

Over the last forty years, certain trends of independent artistic initiative have arisen on the streets - public autonomous art - whose presence in the physical and artistic landscape is harder and harder to ignore. The first and most visible of them is graffiti which has been part of the face of Western cities since the 80's. The second is post-graffiti which gained prominence mainly during this decade and over the last couple of years has suddenly invaded the highest circles of the art system. Although both trends are perceived in many cases as part of the same confused group, in essence they are actually different activities.

Graffiti and post-graffiti

During the second half of the 70's this tradition was strongly developed in Philadelphia and New York, aided by the recent appearance of spray paint and permanent markers parallel to the territorial graffiti of street gangs which was close but different. When names began to be written beyond the confines of one's own neighborhood is when graffiti as we know it began.

This is the "all city" concept, reaching the entire city which is the central idea of the phenomenon that would end up covering the landscape of New York with names. From 1971 on, this phenomenon exploded and thousands immediately began to compete for visibility, for appearing more than others, and for being seen more. The need to make their names visible in a saturated environment led, on the one hand, to a progressive stylization of signatures that would soon become illegible for the layman, and, on the other hand, led to them evolving into giant multi-colored signs the size of a subway car.

In just a few years a complex culture was created and by 1973 almost all of the stylistic canons and methodologies were established that defined graffiti as it is practiced today in New York and around the world where it was literally exported in the early 80's. Graffiti is essentially a competitive game with perfectly defined rules that evolve slowly. The purpose is to try to earn the respect of other graffiti artists with the objective of moving up the economic ladder in prestige which shapes and structures the scene in a hierarchical manner. To do this, they must appear more times than everyone else in places that are more risky and visible, showing a better style.

Post-graffiti is a different game where passer-bys are invited to participate. Post-graffiti artists also play the game of "being seen" but in a way that everyone can understand. They don't repeat an illegible name but rather a recognizable cause or graphic style that anybody could identify with. In this case, the motivation of being seen does not correspond to internal competition between the artists. However, it is part of the game that is established between the artist and spectator which constitutes the post-graffiti aesthetic experience: the artist reproduces his images and the spectator is surprised at each encounter, appreciates the way the artist took over each location and enjoys the narrative that takes shape with each piece. This game creates a link between the two parties, a rare form of intimate relationship that happens in a public area.

Almost all post-graffiti artists are artists trained in Western tradition although that is only one of the trend's cultural roots. Post-graffiti sprang forth out of the confluence of this tradition with various forms of pop culture: punk, skateboarding, and counter ads, but most of all, graffiti. It can be considered an heir of the enormous cultural trend of graffiti, an accepted form of graffiti for all audiences. Although post-graffiti's family tree is just as old as graffiti's, both came out of the turbulent seventies as a response to two main factors: the growing domination of visual spaces at the hands of commercial identities and the alienation induced by modern urban development. In post-graffiti's case, the boost of rejection of the constrictions of the art system and the search for non-media encounters with the public which are characteristic of the art in that decade were joined to these two causes.

If graffiti is socially perceived as something that is undesirable, it is not solely because of the expense it takes to clean it up. One of the main causes is because it is unintelligible: the public cannot read it or understand its logic, its purpose, or why it exists. It is a conversation that occurs within the public sphere but the public is not invited. Beyond its undeniable ubiquity, this is the main reason why it is invasive. Post-graffiti, on the other hand, is characterized by resorting to intelligible motifs, close, likeable contents, and vague political messages that are not very committed and easy to digest. As a result, post-graffiti is a more widely accepted genre.

Another cause for this difference is the reactions that come from the materials used. Post-graffiti gave up the hostile, freehand gesture of spray cans, that was highly stigmatized in the social subconscious by its close ties to the most crude forms of graffiti and often turned it into a mass-produced images, printed paper, and mechanical line, elements that a population that is used to advertising could easily identify with.

Stickers in graffiti

In graffiti, the work methodology is just as important, if not more important than the formal results. Multiple appearances of a name have no value if they are not done by observing the rules of the game that were established during its genesis in New York. Rule number one is illegality: the medium must always be usurped and works done on legal surfaces - ones that the owner has given permission to work on – only have value as a complement to illegal work. Illegality also extends to obtaining the tools of the trade: all of the writing materials must be stolen from spray paint, markers, and inks to traditional black, hardback notebooks that they practice their writing and drawing abilities on. This principle - which is essential in the New York culture but not so present in its international adaptation – emanates from the DIY ethic (do it yourself) which is the conceptual basis of graffiti and from other urban youth cultures like punks and skaters. Many times markers and inks can be homemade.

That is why the most widely used stickers in graffiti are those that can be obtained for free at public and private post offices in the United States and that can be used for writing a sender's information on. They are so common that photographer Martha Cooper – co-author of the historic book Subway Art that exported the New York

graffiti phenomenon to the world and became the graffiti bible for millions of youth – recently published Going Postal, a monographic that focuses on this medium. Although the most characteristic graffiti stickers are those that have a red patch on the upper part of them that says "Hello, my name is". These stickers are sold to identify participants at conventions by simply writing their names on them. They are very easy to find at any office supply store - and thus are very suitable to be stolen - and also provide a good blank space where one can comfortably put their calligraphic abilities on display. It has become such a traditional medium of the trend that it is not unusual to find intentionally printed variations by graffiti artists or specialized stores and companies that even include advertisements on them.

But the main methodological aspect in graffiti rules has to do with the physical, manual labor. Tags (monochromatic linear signatures written with spray paint or a marker), throw-ups, and pieces (pieces painted with two or more colors) are all appreciated as the result of an action. This is the movement by which a graffiti writer jumps a fence, climbs the wall of a building, or enters a tunnel to paint his work on site, exposing himself to the physical and legal risks involved. And of course it is also the movement of the hand; the demonstration of ability that this manual calligraphic or pictorial work involves that also takes a certain amount of time and thus involves the risk of getting arrested.

Consequently, stenciling, one of the emblematic techniques of post-graffiti (commonly known as templates or stencils, cut-out masks of a rigid material that allows almost instant repetition of a complex motif by the use of roll-on paint or spray paint) or masking with tape were never acceptable in the game of graffiti because they did not demonstrate a manual ability. The stencils also made it so that the act was so fast that the necessary demonstration of an assumption of risk practically disappeared.

This logic was also the reason why stickers were never considered to be more than a secondary material in the graffiti tradition. They can be applied even faster than stencils and much more discretely. Therefore, the risk of being seen and arrested is practically non-existent. Only some graffiti writers have made an extensive use of stickers which they would always do as a complement to their manual work. But what is really crucial is that in almost all cases, stickers are written by hand. Stickers that are mass-produced by mechanical means such as home or professional printers do not lead to a demonstration of manual ability and thus have never had a role in the graffiti scene. However, stickers, posters, and stencils are the star material of post-graffiti.

Stickers in post-graffiti

There are two different currents of post-graffiti art. They are iconic and narrative. The early works of Shepard Fairey are the greatest exponent of iconic post-graffiti that focuses on mass repetition of a constant, simple icon that can be quickly read. This trend was dominant during the start of the current scene, the years when people like The London Police or Flying Fortress and even Fairey himself lead the scene. As the trend began to mature, other types of artists like Swoon, Blu, Eltono, Roadsworth, and Momo, representatives of the narrative angle of post-graffiti, took the lead.

The vertex of the work method of these artists was not repetition of an icon but rather the development of a personal, narrative content through changing motifs made with a characteristic graphic style. This formal constant links some pieces to others so that the public perceives them as part of a whole, thus creating a relationship between the artist and the spectator which constitutes the central experience of post-graffiti. Almost everything produced during the 80's on the scene was narrative: Keith Haring and Blek le Rat and Dan Witz mostly worked within these parameters and only Richard Hambleton and the first Alex Vallauri ran iconic post-graffiti campaigns.

Unlike graffiti, manual labor is not a necessary element of post-graffiti. It is part of the values of narrative artists like Swoon and Blu, but is practically non-existent on the iconic side that usually is based on mass printing. So, in a trend like iconic post-graffiti, that seeks to multiply an identity to the max in public areas without conceding special value to manual work and that feels like the formal values of mechanical copying are their own, stickers are the ideal medium. That is why this was its number one technique for years, from a humble photocopy to more ambitious screen printing on vinyl. It is very simple and cheap to produce, especially starting from the generalization of self-publishing and the appearance of online printing services in the mid 90's. Its size enables the artist to always have some work materials on him and instantly use them with minimal risk. The ability to evade the law, which is essential in graffiti, does not in itself represent a main value of post-graffiti because the immediateness and safety of stickers are not negative factors but huge advantages.

Numerous publications focusing on stickers (books, magazines, and fanzines) give you an idea of the popularity of the technique among fans and post-graffiti participants. Various exhibits have been held. There is a permanent museum located in Berlin and an international competition called Stickeraward held in Germany for the third year in a row in 2008. The contest was complemented on different occasions with an exhibit housed in a museum and a thick catalog published by the famous Gestalten publishing house. Of course, numerous websites (the natural post-graffiti means of communication) specializing in the technique compiled images of stickers from all over the world.

The first campaigns based on the use of printed stickers appeared on the graffiti scene in New York. Tess and Dj No, two members of the X-Men (a large group founded in the 70's that included not only very active graffiti writers but also musicians and dancers who became famous for their work on trains and at parties) began in the early 80's to complement their traditional work using stickers and small mass-produced posters with their names and their group's name on them in simple, legible fonts. Graffiti was then at its height and all of the insides and outsides of subway cars and a good portion of the streets were completely covered in names. Even still, Tess and DJ No's work stood out in the graffiti scene and caught the eye of the media. There were various articles written on the subject and The New Yorker published a joke with the text, "Who are DJ No and Tess X-Men?".

The repercussions of this campaign in the media were obviously a consequence of its legibility thanks to which the message opened the doors between the cacophony of layers and layers of tags and pieces. Tess and DJ No's stickers renounced graffiti's own style of play and clearly addressed the general public which was affected. Consequently, we can consider this early experiment as an example of post-graffiti, this case based on image and not on text. The immutability and immediateness of the repeated motif made the campaign work like iconic post-graffiti.

These characteristics also define the work of Revs and Cost, two graffiti writers who began a massive campaign ten years later in the same city that would contribute to unleashing a new wave of post-graffiti, the one that is still practiced today throughout the world. Revs and Cost carried on the legacy of Tess and Dj No and took their tactics to their ultimate consequences.

Revs participated in the final years of graffiti in the New York subway under the name Revlon, finally disappearing in 1989. In 1991 he gave up the traditional practice of graffiti and began experimenting with new methods. After observing that Cost, another subway writer that he met in 1985, was working along similar lines, he contacted him and both decided to join forces. Both artists worked for many years on an intense campaign that would turn them into popular icons in the city and primary targets of the police. Their work took on different, rather innovative tactics, some of which would become part of the graffiti and post-graffiti repertoire over time. The first and most notorious of all was based on posters and stickers. In 1992 they began mass production and deployment of small photocopied posters (20 x 30 cm, in a hundred different series of 50 to 1000 copies each) that they would stick on the back of stop lights. The work was so intense that many testimonies speak of posters on stop lights at practically every intersection in Manhattan. The campaign also included smaller, printed stickers, a tactic that Cost had been using since 1987 without straying too far from the formal codes of graffiti.
Cost's and Revs' posters reproduced their combined names with a legible font accompanied in some cases by different cryptic and jocular phrases that had no meaning beyond a joke or the desire to intrigue. Some also included a telephone number that the artists used to get the public's opinion on an answering machine. The campaign caused a great stir in the city and in 1993 The New York Times contacted the artists in order to find out what the meaning of their work was. In March of 1994, the magazine Artforum dedicated an interview to them which appeared to be the beginning of Revs and Cost's inclusion in the art system, something that never ended up happening. On the contrary, in December of the same year the famous campaign suddenly came to an end with the arrest of Cost - who undercover cops were following for several days with the help of an informant - when he stuck a sticker on a newspaper machine.
At that time the city of New York was living some of its most hostile years toward street art and just elected as mayor Rudolph Giuliani who became famous for his strict enforcement of minor crimes, among which was graffiti. They just found out about the second chapter of the historic legal battle against Desa, an active graffiti writer who was sentenced this time to one to three years in jail. The trial against Cost turned into news and his sentencing became an example: 1600 hours of community service that included cleaning street art (many times his own works), three years probation, more than 2000 dollars in fines and required psychological help. After he was arrested, Cost stopped working in the streets once and for all and disappeared from the scene. Revs was exiled to Alaska for a time and his work from that point on adopted much more discrete tactics.
The most recent case of sticker saturation is the campaign by the graffiti writer named BNE, a good example of the international vocation, always a natural component of post-graffiti, which graffiti adopted in the 90's. The work of the Californian writer focused on what is called bombing in slang which means spreading his name to the max. Like other bombers, BNE gave up elaborate, multi-colored pieces and invested all of his energy in making quick tags and simple pieces. His work extended far beyond San Francisco, the city where he is based, and is ever present in far away places like New York, Tokyo, Kuala Lumpur, and Madrid. As a complement to his manual work, BNE uses printed stickers, especially in those cities where traditional techniques are complicated like Tokyo. In the Japanese capital, BNE's stickers (simple and made with legible fonts) became such an inescapable plague to the point of deserving television reports by local stations and the US broadcasting company ABC in 2006. As in the case of Tess and Dj No, BNE's stickers are a complement to a traditional work of manual graffiti, however, the legibility and social reaction his work causes are why they are considered post-graffiti works.

But the post-graffiti campaign par excellence based on stickers did not come onto the graffiti scene but onto the skate scene. In 1989, Shepard Fairey, who was involved with the skate scene and was a freshman at the Rhode Island School of Design in Providence, Rhode Island, USA, happened to begin doing this work that turned him into one of the leaders of the current post-graffiti scene and which would eventually place him in the upper echelon of the art system.
Skateboarding is an urban practice that was born in the sixties in California as a land version of surfing. It basically consists of doing tricks on a small board with four wheels and is practiced not only at specialized facilities, but in the street as well, taking advantage of handrails, park benches, and other street furniture. The specialized brands in the skateboarding industry have traditionally had a very marked aesthetic personality that is manifested in a wide variety of graphics that appear on skateboards and different merchandising products such as shirts and stickers. Stickers have played an important role in the skateboarding culture and are collector's items. They identify the individual as a member of this culture when they appear on their personal items and communicate to others when they appear on the street.

In addition to the logos of trademarks and musical groups with certain styles that are linked to the skateboarding culture, stickers spread the names of skater groups: some skaters informally gather in groups made up of close friends and can spread their identity by sticking homemade stickers on the streets, especially in areas where people skate. In any case, this custom was never more than an anecdotal component of the skate culture. It only gained importance when Shepard Fairey adopted it and used it to develop his famous iconic post-graffiti campaign.

During his studies at Providence, Fairey worked at a skate shop called The Watershed. An informal group of skaters nicknamed Team Shed formed around the shop and gained high status in the local skate scene. Fairey usually talks about the time when he was looking for an image to practice on while he was teaching a friend how to cut out templates. He stumbled across the image of a grotesque French wrestler in the newspaper named Andre the Giant. Andre was one of the biggest figures in the first generation of wrestlers in the seventies and eighties in the televised sport of wrestling, a very popular, spectacular sport at that time in the US, especially among children. His role in the 1987 film "The princess Bride" considerably increased his fame.
Wrestling and skateboarding are at opposite poles of pop culture: one represents the

more populist, vulgar extreme and the other is one of its most sophisticated, excluding manifestations. Fairey usually talks about how he perceived the humor of the contrast between both spheres when his friend, who was also a skater, rejected using the image of Andre because he considered it vulgar. This negative reaction motivated him to create a sticker that would exploit this comical effect. By adding the face of Andre to the text "André the Giant has a posse, 7'4'', 520lb" (the wrestler's height and weight), in just ten minutes Fairey created the piece that would launch him to stardom. The idea was born out of a simple internal joke that was addressed to a group of skater friends and the skate scene in general. Fairey decided to make Andre the mascot of his group which no longer called itself Team Shed but now became Team André.
The first few hundred stickers that were less than seven centimeters in size and photocopied at a photocopy place came onto the scene in the summer of 1989 in areas of Baltimore where skaters hung out such as shops, skate ramps, and certain clubs. But they would soon spread beyond the natural environment of the skate scene and spread around the entire city. Fairey saw immediately how the sticker had captured the eye of not only the audience he was originally addressing but also the general public, first listening to the people talk about it and then, only a few months after having created it, reading an article in the local newspaper that wondered about its origin and meaning. Surprised by the scope of his experiment, the joke turned into an obsession for Fairey that began feed greater ambitions. He immediately extended his campaign to New York and Boston, both of which were accessible by car, and a short time later he took it nationwide. Over the years, he made his production system more sophisticated and went from photocopying to silk screening on vinyl, first homemade and subsequently industrial.

Until the mid 90's Shepard Fairey's work consisted of mostly spreading the Andre sticker. The artist often says that graffiti inspired his impulse to get the sticker out as much as possible in the same way that Haring and Blek le Rat were inspired to spread their images almost ten years before. In all these cases, intelligibility of the motif separates the work from graffiti and places it in the field of post-graffiti. In Fairey's case, there is an additional difference: during his first years he used a tactic of delegation that was inadmissible in graffiti and never before seen in post-graffiti: Fairey immediately began to send sheets with repeated images, adjusted to the size of the common sticker sheets at photocopy places, to friends around the country asking them to photocopy it and stick the stickers in their cities and passing out the sheet among their acquaintances.

Delegating enabled Fairey to turn his humble campaign into an international phenomenon in just a few years. Distribution spread enormously when Fairey began to publish small ads in the skate magazine Slap and the punk fanzine Flipside where only the image of the sticker and a cryptic text would appear that offered stickers to anybody who sent a stamped envelope. Soon after, he required a "mandatory donation" of ten cents per unit in order to defray the costs of copies and ads. He also used the distribution channels of the punk scene providing stickers to his friends who were band members so they could be put on the jackets of their albums.
Fairey's post-graffiti began to change starting in 1995 when he created "icon face", the simplified version of Andre's face that, since then, has been the central motif of his work and he began to use the words "obey giant" as his main slogan. With these two elements as a basis for his iconic post-graffiti (still based on stickers but also on bigger and bigger posters, less suitable for delegation) the artist began to create numerous series of increasingly complex images that added a narrative component to the campaign. The images on mass printed posters put up on the streets or sold to fans and collectors, and finally his original work for museums and private collections.

The tactic of delegating that helped Fairey to spread, a culture in which the appearance of the artist's identity was only taken into account as a physical characteristic of his personal work and movement throughout the city. Many post-graffiti artists share this vision and Fairey is the only main figure on the scene that made use of delegation. However, "sticker trading" has been common practice since the end of the last decade among the numerous smaller post-graffiti artists. The artists exchange their stickers via mail because they are fans and collectors and also in order to get their images put on the streets of cities that are not their own. This practice lead to a culture based on exchange represented by different websites and events (mainly held in the United States) where the stickers of as many artists that want to participate are received, exchanged, and displayed.

Stickers in urban interventionism
Over the last few years, the current scene of street art lead to practices that have moved away from post-graffiti which are called urban interventionism, a minority trend that is rather visible. The identity of the artist disappears in urban interventionism and each work is independent and anonymous. The way that the artist responds to a place, that main value of graffiti and post-graffiti, becomes the only component of the artistic proposal here: each piece is born out of observation and is a product of a conversation between the artist and the context, of a creative process that is based on the specificities of a specific location. The works of Madrilenian SpY and the pieces of Darius and Downey with street furniture are good examples. Adams and Itso have produced the most subtle urban interventionism samples to date.
Some productions in this trend use stickers but there isn't a constant to that respect. In fact there really isn't a constant in urban interventionism that specifically characterizes a piece that is born out of its context, in such a way that the variety of technical solutions is almost as wide ranging as the same variety of contexts and works. Stickers are used mainly in the few examples of urban interventionism that become a series. An especially popular case is The Bubble Project, developed by Ji Lee in New York in 2002, where he printed out 50,000 blank stickers in the shape of speech bubbles where the dialogs are placed in comics. The author applies the stickers to the faces reproduced in ads in the subway and other accessible ads with the objective of having passerbys write their own lines on them, transforming the advertising monologue into a dialogue that gives anyone the opportunity to participate. Lee maintains a website that compiles documentation of the interventions and enables you to download bubbles so that they can be printed. He also published a book that shows a selection of images from the project. Equivalent initiatives have been undertaken in Italy and Argentina to mention a few.

FRAGILE. Florent Mazzoleni

The faith of graffiti

"The name is the faith of graffiti." It is in these terms that Norman Mailer defined the wonderful explosion of spray can and paint marker signatures in New York at the end of the 60's. Conveyed on the subways of the Big Apple as if they were a giant rolling gallery, graffiti paintings and writings were long relegated to the ranks of apocryphal signs whose authors, young African Americans and Puerto Ricans, had no influence in New York's cultural society. So we had to wait until 1974 and the publication of "The Faith Of Graffiti", a book that brought together photographs by Mervin Kurlansky and John Naar and an enlightening text by Norman Mailer so that graffiti was fully perceived as a means of expression.

The great American writer draws shocking analogies between the tags of Cay 161, Stay High 149 and Super Kool 223 and the works that marked the history of modern art. The idea that graffiti is something other than a colored form of vandalism began to spread among journalists, critics, and sociologists. This realization of an ad hoc culture, free and completely disinterested ("Graffiti in the subway has no message. It is that void that is its strength and, in this sense, it is untamable," said Jean Baudrillard during the same era) corresponds to the golden age of graffiti in the New York subways between 1974 and 1981. Fully painted subway lines circulated the egos of the youth in the ghettos all over the city. "You are sitting in a subway station; it is all dirty and grey. Suddenly one of these graffiti trains arrives and lights up the place like a huge bouquet of flowers from Latin America," said pop artist Claes Oldenburg admiringly.

Graffiti writers watch their written or painted names go by on subway cars from "writer's corners" such as the intersection of Grand Concourse and 149th Street in the Bronx, comparing and judging, admiring or denigrating the New York graffiti production. Mailer would write that the writers are "well-known, famous, and shine like rock stars" there. These informal socializing places do not escape the sociologists that try to channel this exuberant, aesthetic vitality. So, Hugo Martinez, a young sociologist, established the United Graffiti Association in 1972. He thought that what was painted on the subway cars could be painted on a canvas and subsequently sold. So he got together the best writers of the time like Phase 2 and Bama and put their works on display on canvas, providing a new medium for their creativity. Such a project turned out to be ahead of its time, even though there were some collective exhibits put on display, namely at the Razor Gallery on Broadway. We would have to wait until the beginning of the 80's when graffiti in the subways became more and more difficult, for the writers, now turned artists by changing their medium, to begin being displayed in Manhattan art galleries.

So, in June of 1980, Lee, Zephyr, Crash, Futura 2000, and Lady Pink exhibited at the Times Square Show, hailed as being "the first radical exhibit of the decade". Gallery owners and art dealers rented art studios for them to put their ambitions on canvas, under working conditions that were fundamentally different from the pressure and dangers of the subway tunnels. At the same time, Henry Chalfant began putting on display his photographs of subway cars ("whole cars") entirely painted by Lee, Dondi and Blade. Fashion Moda, a gallery entirely consecrated to graffiti, even opened its doors in the Bronx followed shortly thereafter by the Fun Gallery. The exhibit "New York, New Wave" which was held at the PSI in 1981 enabled certain graffiti artists to show abroad in Germany, Amsterdam, Italy, Hong Kong and Japan!

In 1982, in the middle of the speculative artistic bubble, graffiti art was recognized by critics as being "the hottest artistic movement in America". Graffiti artists became pop culture icons that one found in trendy clubs or in Blondie music videos. The burgeoning hip hop movement launched graffiti on a long-term basis as a new medium of expression on a global scale. Keith Haring, Jean-Michel Basquiat and Kenny Scharf also understood the importance of having credibility from the subway or the streets in order to succeed in the New York art scene. Paradoxically, these were the artists that became the most famous writers from the subway.

However, in 1983 with the collective exhibit "Post-Graffiti" organized at the Sidney Janis gallery, the crème de la crème of graffiti artists, from Lee to Futura, were brought down by critics. "On canvas, indeed, but it is still a pain to the eyes," commented the New York Times caustically. A manager of the MoMA even said that "graffiti artists should be executed in the wee hours of the night!" This exhibit thus crushed the artistic hopes of an entire generation, three years after its triumphant debut. The artists found themselves a bit lost in the jungle of the art scene, even more pernicious than the tunnels of the subway, amidst easy money, drugs, and broken reputations. Nevertheless, graffiti began to be exported on canvases a bit all over the world while subway graffiti was progressively curbed, the success of galleries brought the writer's corners to their knees. Richard Goldstein, one of the first graffiti supporters in the beginning of the 70's, provided this analysis of the situation:

"These works of art on canvas began to live off their reputation. The best graffiti artists tried to evolve in order to appeal to a targeted, adult audience, and grew. Tagging gave way to true abstraction and representation. Even if some of these artists still attached themselves to the collective impulse that gave graffiti its mystifying coherence, the most accomplished works of art suggested an exacerbated individuality which is the hallmark of Western art and the basis of its value as a commodity. I still believe that graffiti will leave an important mark on pop culture. But it's also art, real and impulsive. Even if graffiti retains the decorative values of its popular base, its future is still uncertain..."

These words perfectly express the evolution of the main players of this New York scene that exhibits nowadays in a totally different context. Indeed, fads and speculation have gone, replaced by a veritable search and extraordinary plastic maturity. Veteran graffiti artists are now confronted all over the world with new generations of writers who, from Sao Paolo to Tokyo, from Melbourne to Warsaw, from Johannesburg to Vitoria, follow in the footsteps of their prestigious New York elders. This faith in the name, that was the essential vehicle for spreading graffiti all over the world, now gives way to a pure, plastic representation that is either abstract or figurative.

The religion of signs

Since the mid 80's, as in all European cities, Vitoria has been subjected to waves of graffiti and urban cultures created across the Atlantic a decade earlier. Like any urban territory, Vitoria had to face a proliferation of tags, throw-ups, pieces, signatures and other graffiti signs made

with markers, spray paint, stickers, and etchings. These signs asserting a name and street identity became more refined and detached from their simple faith in the name.

The "Post-graffiti" exhibit organized in New York starting in 1983 allowed foresight into the new possibilities of the medium of graffiti. Graffiti signs rapidly interacted with other signs in the urban landscape, whether they were official like traffic signs or they were intimate shapes of urban geography such as arrow pierced hearts or accolades uniting the names of two lovers. Commercial brands, world trademarks, neon signs, and other urban and capitalistic symbols also became targets as well as natural sources of inspiration. That is where the aesthetic practice of Juan Aizpitarte appeared.

A native of San Sebastian, Juan is an urban promoter. "Fragil" (fragile) proclaims one of his hijacked stickers stuck on a dark grey and mauve sweat suit jacket he wears bearing the Nike emblem. We live in a world of signs. Like all of us, Juan can't escape from this world of signs. Better yet, he interprets them with a big smile and a friendly pat in order to better reuse them all over the urban landscape he lives in.

During the workshop "Signos sobre signos" (Signs over signs) organized in Vitoria in November of 2008, Juan showed how his old path as a graffiti writer became essential to his own artistic practice. Essentially working with stickers, his work enables him to re-appropriate the urban landscape by leaving the usual hijacked signs on it and more personal emotions. The spontaneity of graffiti, the sense of movement, and the subjective apprehension of the urban world form a passionate choreography implemented throughout this workshop.

Like the slashed posters of Jacques Villéglé or the sublimate palimpsests of Roland Barthes, Juan Aizpitarte's signs take an important place in the city. "I like knowing that I am a layer of something different. I prefer interacting with other mediums rather than a passive audience, with no critical mind. I really like to act and react to the things and people that surround me. I want there to be an exchange. I want to be in the middle of things and live life intensely," he throws out there to justify his aesthetic practice, a practice that is sober yet open to numerous hybridizations.

Before, he had writing and graffiti paintings. A wave that collided with another wave ("a counter wave"). By colliding, these waves caused jolts, intimate tugs in order to better set off on a conquest of the city in a flood of signs, colors, and "counter waves". Sometimes visible, sometimes vague, this idiom of the streets and walls reflects a deep, sincere, emotional geography, a real, internal boundary.

"I feel my work like a reflection of my nature, like a personal forecast. I feel it like an inflow whose goal is a holistic look, but also like a leak, an alternation of sensations with one fold on the left, one fold on the right. This path is certainly not straight, but it is beautiful," said Juan with an air of an avid poet.

This accordion-like path, this undulating way is none other than the projection of his emotions and his being in the heart of the city. Vitoria, San Sebastian, Bordeaux, Paris, New York and the world parade his work and his experience. The artisanry of his collages, of the superimpositions of his stickers, of even his smile is reflected in these cities that he has traveled up and down, loved, and gotten to know.

In 1976, in his seminal book titled "L'échange symbolique ou la mort" (Symbolic exchange or death), Jean Baudrillard describes the city as "an area divided up into distinctive signs." He analyzes the growingly important role of signs in our daily life: "New cities come directly from the operational analysis of needs and functions/signs. Cities today are no longer the political-industrial polygons that they were in the 19th century; they are cities of signs, media, and codes."

Cities in the 21st century are plural and operate on various levels, namely the relationship between the city center and modern suburbs. There are more and more road signs between downtown and the suburbs which reveals the growing importance of symbols in our society. Pedestrians, drivers of automobiles, or passengers of mass transit, the look and visual are increasingly important. Yet Juan tempers this all-powerful era of signs: "I am not sure that we are really in the era of signs, but rather in the visual era. It seems to me that we have in fact transitioned from the oral world to that of the eye," Juan slips in there as if to better reassure us.

He naturally recalls the signs that left an impression on him in his plastic expression. "The signs that influenced me are the cross, the meeting of two lines, like two paths that come together. It is also the influence of my Catholic upbringing that resurfaces. The straight roads we see in American films are my second foundational sign. The rhythm that it gives me enables me to sense the speed while this line travels along, full yet empty. I also perceive the relationship between left and right. The third sign is the circle of roundabouts, a continuous rounded line. I have worked on it in skateboarding, trying to fight against centrifugal force. The perfect undulation of this alternation between left and right."

Roundabouts followed by an immediate exit to the city partially define the urban development plan of Vitoria, inexorably sending you towards downtown. In this regional metropolis of the Basque Country, the arrival at the heart of a centuries old urban fabric is accelerated like the modern elements that define it. The internal boundary between old town and the new section of town that surrounds it is very distinct. A city of services with powerful signs, Vitoria offers a skate park and playground that is ideal for our urban stroller.

Gracefully gliding along in this city that he gets deeply involved in, Juan Aizpitarte's universe expresses itself in an undulation between surfaces and signs with a deeper, powerful surge. The signs that he sticks around town, along whatever street he travels, the straight lines or continuous circles not only form many elements for asserting himself but also a very democratic rapport with the city. Juan explained: "I'm interested in the relationship between public visual language and symbolic mental imagery. There is feedback between signs that are derived from studies, man's perception, and the simple fact of wanting to give a more particular side to these signs. I want to sign up for a representation of real life."

We are in a post-graffiti practice that goes beyond simple totemic naming. Names have moved from being primordial into the background, fading away to the benefit of signs. It's a form of "re-enchantment" of the world through art. Full of humor and energy, his colorful stickers contribute to reinserting daily life in an aesthetic quest. The city has a full fledged medium, a medium of expression, challenge, and assertion. As is with all signed cities, Vitoria-Gasteiz is no exception to the rule.

"Graffiti developed interesting strategies, developed in the world of signing, but a balance between poetry, imagery, word, style, and content was chosen. Graffiti is more comprehensive and complex; personality is asserted in it differently. In public areas, signs are everywhere whereas graffiti is fleeting. To me, post-graffiti is the search for a way to participate in aesthetic decisions regarding the urban landscape. In the frenzy of wanting to impose upon others, there is a desire for democracy that wants to be reflected in the landscape. It must respond to the aesthetics, desires, will, and identity of a place."
Associated with a mastered, very precise emotional geography, his stickers call to question as much as they reflect the identity of the places he is involved with: "My work found a new museum in the city, rather a white, non-existent, impossible background. It prefers what surrounds it, being in relationship with that which gets in our way, makes us cry, makes us crazy and shakes up our emotions. The streets have given me many ways to look at others through signs. Nowadays all of us communicate through signs and references. I wanted to show how we were perceived, not specifically, but generally. It is the path I am searching for."
This winding, twisting but beautiful path that comes from a form of surrealist strolling inserted into the modern era. "Beauty will be convulsive or will not be," stated Andre Breton in a famous manifesto. In Juan's work, signs upon signs participate in an authentic urban comedy. These signs operate like an intimate investment in the city, a poetic recycling of urban reality which is authentic and impulsive.
Parts of walls and fences and long before the New York subways, signs were involved with the street furniture, public transportation, hallways, elevators, monuments, vans, and street signs. This integration and affirmation work of the sign is always balanced, a job of relating strength that builds the basis for planetary communication, a globalization of signs. After all, wasn't it Renoir who wrote: "the more local it is, the more universal it is"?

ALUMINIUM AND GLASS

Juan Aizpitarte

Contemporary urban aesthetics are not casual. Neither was the renaissance of graffiti in the early 70's in New York. In urban communication within cities, the medium and technique has undergone a simultaneous transformation. Graffiti, like a social thermometer, turned the big city into a public stage thanks to the immediateness of spray paint and markers.
In the big city, individual pictorial expression announces the imminent change in the process of personalization to its next stage; the public representation of the anonymous individual through an iconic pseudonym. That is how the figure of the urban artist or participative citizen came about. Represented by a synthesis between message and form, he follows the same principles of action as the world of advertising does: bombarding. Urban vandalism aimed at exhibiting individual style, disguised with a secret code (Nickname / Brand / Crew).
Tags, throw-ups, top to bottoms, and wholecars are used to visibly define their territory and make their concerns and aspirations known. Memorial murals also commemorate the deceased and inform everyone else.

At the same time, the city's epidermis regenerates from porous limestone to flat, uniform surfaces and finds the antidote to "all terrain" spray paint by using graffiti pore sealer. The city has fled the pigments of spray paint and now is homogenous and impermeable and has a post-modern look. The appropriate make-up for forgetting about the wrinkles of the memories of the 80's.

Once again, the materials of graphic asphalt adapt in real time to this change in surface. But this time, using industrial mediums like information and signing. This is the time for stickers. Stickers have proclaimed themselves as the tool and vehicle for a new sector within popular communication. Before, its practical function would have been to give an ultimate definition to the mediums. What is it? Who produces it? How much does it cost? When does it expire? How much does it weigh? How much space does it take up? They are the caption of the objects we are surrounded by. Without them, each of us would have a more subjective perception of things. There are official, functional, descriptive, expeditive, prohibitive, informative, decorative and commemorative stickers… but all of them are based on the need to be described, presented, and explained.

These days, just like objects, persons, and places, in addition to existing, must be defined, mean something and complement the landscape of visual communication. That is why it is understandable that citizens add their particular vision within the city since nowadays self-representation and existence go hand in hand.

This democratization of digital technology that ends up completing a process of non-official urban activism; where transgression is minimized for the sake of confusion and provocation is no longer in social rebellion but in the manner of appropriating and deconstructing the urban landscape. Among the advertisements, signing derived from traffic and outsider interventions, the city seems llike a circuit of interwoven fictional signs that lead to saturation from the delirium of communicating nothing.

The alerted city strikes back against the uniformal error and putting chalk and wax on the rough, non-stick paint used on current street furniture. On the streetfront, a continuous, impenetrable plane causes the following mutation: glass acid and scratches move the attack zone from the wall to the glass storefronts on the streets. This is the boundary between public and private. Between invasive franchise, video surveillance area, and a place of transit.
Nowadays, the entire phenomenon has been absorbed by brands. On clothing, accessories, fonts, and choreography designs. Hip-hop is in the commercial world.
Posters, stickers, urban interventions, festivals, events, exhibits, and contests. A well-made, high quality product. Buy rebellion! The aesthetics of resistance.

The city is accepted as a medium of ephemeral, exchangeable messages with no specific identity. "No man's land" has entered the heart of the city from the suburbs, emptying the city centers of their historic memory. It seems like it is useless to talk about places, but rather spaces.
The streets are washed on a daily basis and their memories are washed away with them.
My city, which always looks out for its future, is ready to go out and seduce the entire world. Whoever takes a good look at it, knows of its wounds because of the details on its street corners. For what it shows and what it covers up. She is the sum of what we are. Those who are in it, leave their mark on it. She has my name written on her skin a thousand times and she could will wear a thousand dresses over it.

"Signs over signs" was a theoretical and practical workshop given by Juan Aizpitarte on the relationships between urban development, contemporary creation, design, and post-graffiti.
This workshop was held November 5-8, 2008 at Espacio Ciudad and was expanded to various locations throughout Vitoria-Gasteiz for a time.
The way of tackling these approaches with regard to the urban discussion was alternate, combining introductions and theoretical points of view with visions of the city in order to articulate the formal urban planning needs and practical creation exercises.
Using the digital version of the book about stickers titled "Brote" enabled the students to re-edit the open signs and make up new meanings.
The practical exercises were performed on the computer, manually, and on the city where various subjects were proposed so that the students created their own contents and intervened in some urban areas.

STUDENT PROJECTS

1- I have to study.... (back to the past)
Back to the city's past. An action that sets the current university area back into the past a few decades.
Action planned in this area on the other side of the railroad tracks. A place where people pass by and tons of students hang out. It used to be a run-down area that was occupied by the mental hospital and military barracks that was later abandoned.
The idea is to put a black and white image there (spot style). A small child (the author, first day of class in the early 70's) with his bookbag in hand, expectant of his educational future, along with the topic "I must study to be a productive man in the future" written in "DymoFontInvers" font (the device for marking Dymo) that was popular at that time. This phrase has all the connotations of: authority, machismo, uprightness (a series of concepts that was popular at the time), its intent is to pose worrying questions among students with regard to concepts such as "being a productive man" or knowing when the "future" arrives.
Angel López de Luzuriaga

2- Green Belt
Action 1. Tramway called desire.
The city of Gasteiz is in a self-complacent loop that being the paradigm of a sustainable city entails, scrupulously taking care of its urban and natural landscapes, promoting eco-mobility, water management and waste Management. The city is overwhelmed in its tidiness and is a victim of its own transformation. Appearing on a sign in its detached paving two unplanned, unwanted designs open the door to new looks, to another way that is more eventful for appropriating public areas. People witness the appearance of these lines that offer new alternatives for using and enjoying them, new formulas to claim these indecisive, unwanted areas that communicate a sense of unpredictability that is so necessary for artistic freedom.
Analyzing the evolution of the system of open spaces in the city of Vitoria-Gasteiz you can reach some conclusions that differ from the contagious optimism that has taken root in the operation. The belt has been an attraction of that which is urban, the city has grown to the east and west with two important new suburbs created from scratch that, in the end, draw near to the belt as if it were a conventional infrastructure or beltway. These two contemporary architectural developments that have taken the name of the adjacent Zabalgana and Salburua parks complete the eco-city, compact it, eliminating any undesired, left-over space. However, there is an irregularity in the belt, a gap to the south of the city that goes unpunished by growth and enables access to rural areas on a regional scale.

Action 2. Salburua Park.
The belt's signs use a code of conventional signs, a yellow circle at a railroad crossing. Our first fork in the park invites us to walk, the second to mark our path, for this we spatialize our path using the existing signs but multiplying their meaning, changing the semantics, signs over signs. Finally, our journey ends where urban elements appear in their hardest form, single purpose high rise buildings, typical of the outskirts of the city of the modern movement. In these transitional areas experiences should be proposed that seek new orders and thus new relationships.
Itxi eraztuna turns into a paradox, an antonym. Once the perimeter is closed, the city will have died. We will have finished off the unregulated areas that, in the end, are the most legitimate and authentic lungs of the contemporary city.
Javier Aldarias and Miguel Ángel Rojas

3 – Alternative signing for the Cultural Center.
The building, a cultural reference in the city located at the entrance of the Parque de la Florida (Florida Park), was re-thought to sign the different accesses and public use areas in a suggestive and enjoyable way.
In this icon signing job we can appreciate a timeless dimension since the same sign that was used in caves to indicate the rituals continues to be used in plastic arts today.
The hand, a universal sign of the human race, also contains numerous languages and forms of expression in each cultural context. At the cultural center, it orients visitors like a mime with direct language using gestures.
Blanca Rodríguez

4- Green Belt
The green belt exists. It is known outside of Vitoria-Gasteiz. We like to boast about it. But do the city's residents value it? Do they enjoy it? Do they visit it?
From this thought comes the idea of reminding people of and promoting Vitoria-Gasteiz's green belt in some way.
"Plugging into the belt" is a good way of recharging your batteries in your own city.
"Residents of the belt pay us a visit", they visit the city center, they remind us of their existence, and they demand our attention.
Zuriñe Celaya

4B. Do you reap?
This proposes reflecting on some of the reflex actions adopted by citizens of our current society where a garden, flowerbed, traffic circle full of seasonal flowers, or golf course grass are overestimated.
A flower garden, where sustainability and the natural cycle of vegetation has little to say. A lot of management, pruning, reaping, transplants, expenses… just to serve as decoration. Do you reap?
Zuriñe Celaya

5- Opening up dialogues with the city
For once, the city is the one that is demanding its citizens' attention. It expresses itself and speaks of its past and current situation and transmits its future calling to us. Fed up with politicians, religious figures, promoters, industrialists, lawyers, architects, engineers, historians, environmentalists, shop keepers, unions, peace officers, property owner associations, parent associations, sports clubs, gatherings of prostitutes, gays and lesbians, and urban gangs, they appropriate its soul,

claim its guardianship, determine its character, and decide its destiny.? Citizens and passer-bys stop and pay attention to what the city says.? The intervention is planned as a wake-up call to this phenomenon. The external dialogue often gets locked into a speech bubble with a pointer or tail towards the person speaking. Using speech bubble stickers, places are indicated in the city where the city speaks.
Sebastián Bayo Oñoro

6- CCTV. Intervention at the automatic ramps in the historic center of Vitoria-Gasteiz

"Surveillance is a power destined to educate people so that they adhere to the rules, laws, and practices with the will of he who holds the power" Michel Foucault.
Surveillance acts on the body of individuals, their gestures, speeches, activities, learning, and daily life in general.
Surveillance can occur through various elements; some of which are extracted and educated to be inserted in same society that they are part of (like police officers, guards, undercover officers, etc.), others are technological such as cameras (traffic cams, bank surveillance cams, government institution cams, private institution cams and now cams at monuments and on highly traveled streets). These cameras, when placed throughout the city, enable a certain degree of coercion in a discrete manner within the social mass; a little reminding us of and basing itself on Foucault's panoptic where he warns of complex structuring of the city to be seen from the outside in (like a ring, everything towards the center), and with only one view toward the outside so that no external agent aggressively or subversively has an impact on it; they realize the monotony by which we move around with, we know we are being observed but we don't know when and where, therefore our behavior is regulated and subordinated to the regulations established by the state apparatus.
The intervention at the automatic ramps in the historic center of Vitoria-Gasteiz tries to warn people in the street, passer-bys, and residents in general that they are being filmed, observed, seen, and controlled. It is through signs that they manage to get a series of images and elements that try to blend with the signs that are already established in the city, that will serve to make people aware of where they can freely move about without being captured by the coercive eye. It is also an invitation to think about redefining where our privacy ends and our lives become public…
Natalia Aragón and Nerea Lekuona.

7- Changing the symbol of a soccer ball

The multiple character of creative, recreational, and ironic intervention that also remains completely open to the vindicating or social character combined with the author's link to photography projects that he calls "involuntary collaborations" that consist in using a pre-existing urban element to contribute something simple, bringing about a new piece that will be taken in by means of photography.
Item attacked by a knife to be transformed into a sticker to be used in sports stores or at places where ball sports are played.
Toño Antón

8- Interventions at Plaza Café

The project focuses on various aspects that are characteristic of stickers. First, in their function of indicating a place. In this sense the project played with the idea of specifying and indicating the exact place the sticker was on, something that is not normally done, a sticker that marks a spot, this is the case with the sticker on the chair "here" and that is also crossed out or has an "x" over it.
It invades the men's and women's restrooms with references to the opposite sex and sexuality, pronouncing the name, prohibited in this space, of the opposite sex. On a cigarette machine, the image of Bart Simpson lets loose a saying that could very well be one of his own, characteristic of his couldn't care less attitude, and
his superficial look regarding things, typical on the other hand of his age, etc. It reflected on the advertising or advising characteristic of the sticker making paternalistic recommendations such as: "chew slowly" or "eat healthy", etc. Likewise, it focused on the sticker that makes reference to the content of a box, cupboard, container, that is why I put the sticker "I love café" on the coffee machine, taking the drawing of a real heart in a play on words where I refer to coffee as a stimulant and something that literally affects the heart. In general, it is a work that refers to the factor of personalizing and making space concrete all done through a sticker and the interactive discourse with the persons that visit that place, winking, expanding, confirming and criticizing what may become popular imagination. Violeta Nicolás

9- Signing for LarrySpace

One of the meeting points in this project, the caravan that is part of the project from creator Iñaki Larrimbe titled "Finnish sauna or descent to the ravines" and located in a slice of the historic part of the city, was re-thought with the objective of creating signing with spatial and use references.
Antonio Calzado

10- Some interventions at Espacio Ciudad

Modification of the symbol of the Photojournalism Festival of Vitoria "Periscope" (Toño) (A subtle transformation that enables it to stay in public places for weeks in front of a multitude of persons that are totally indifferent to it.)
- Janitor's closet signing (Nerea)
- The spider's nest: spiderweb (Juan)

JUAN INTERVENTIONS

Vitoria Network

Zuloa Center EXPO OBJECTS

A variety of possibilities for using stickers on "hijacked" household objects. Customization and deconstruction of public signs.

Gora Tavern SINGLE SHEETS

This series of superimposing of random impressions makes up the graphic encounters in the section of unique sheets from the book "Brote".

Itinerant Gallery. EVERY MAN FOR HIMSELF

The transitional situations arouse socially certain known phrases like this one that the gallery owner selected. A pompous, harmless font that brings it up to the level of current commitment.

Cathedral Area PHOTO SPOT

In an ironic will of marking each look of the tourist's objective, this indicator of "beautiful place" reiterates the areas of the city that operate in the imaginary, representing that which is beyond its limits.

Artium Library INTERACTIVE BOOK WITH STICKERS

Looking at a sample copy of "Brote" encourages library users to explore the composition of signs as a game.

Montehermoso FREE LOVE
This slogan without nuances that combined the demands for equality at the end of the sixties gained unique, poetic strength in the current over-production of labels linked to this genre. Later it would be the title of Camilo Sexto's famous album.

Itinerant Gallery SPIDERWEB
The orthophoto of Vitoria unveiled a concentric, radial construction from the cathedral towards the outskirts of the historic center. The cobweb was visible even in structural encounters with the more modern suburbs.

Basque Parliament LAUDIRUS
This sign, between its iconoclastic, traditional sense of the union of the Basque Country and the management of public areas through pay parking, is located in an area where decisions are made. Its duality and contradiction imitate the neutral stance and double standard of the territory's policies.

Plaza Bar
CAMIS/SHEET/FRANKENTSTEIN POSTER/ DENOK DENEN AURKA
In the shop window, a man made of a collage of images, a book open like a bible and in all types of visual pollution. Fake cameras, orchestrated provocations and visual games.

Krea Offices WITH THE CRISIS IMAGINATION WILL RETURN

The contagious positivism of business cultures must overcome the ghost of economic recession with the strength born out of need.

Zabalgana Neighborhood.
IN A CITY WITHOUT LIMITS

BIOGRAPHIES

Juan Aizpitarte

San Sebastián, 1974. Currently resides in San Sebastian, the Basque Country.
He graduated in 1998 from the National Superior School of Fine Arts of Bordeaux. That same year he began collaborating with the Zebra 3 Association on the Catalog Buy-Sellf and with the magazine Permanent Food created by Mauritzio Cattelan. His work was mainly based on video and installation, appearing and breaking up after different strategies and artistic disciplines like performance, silk-screening, sound, sculpture, video, and photography. Cross-border action and representation, he invades the ground of social policies and the aesthetics of the masses. In his latest works, games prevail as the method of communication, introducing it to the public as part of his work. He researches and intervenes in the big city through actions in and on urban areas that enable people to re-think the contemporary world in question from a social activist and media intervention perspective, while in his videographic works after an apparent distancing, he introduces these issues from a more introspective stance and an existential branching off that is impregnated with subtle irony.

Some of his latest projects worthy to be pointed out are: Post, international editorial workshop, School of Fine Arts of Bordeaux (2009); Publishing and writing Brote, Nocolor Gallery (2008) San Sebastian; Espacio L'mono, Bilbao (2008) and Espacio Líquido, Gijón (2008). Interventions in public areas workshop Signs over signs, contamination in various spaces in Vitoria-Gasteiz (2008). Exhibits: Sobre puentes, calles ventanas y fantasmas. Arteko Gallery (2008); First time artist competition Koldo Mitxelena, San Sebastián (2007); Ohh Yeahhh. Laboratory art and new technologies. Cultural center Old Institute, Gijón (2006); Kickflip, Buy-Sellf catalog, Tokyo Palace, Paris (2004);TNT, Bordeaux, (2003); Gaur Hemen Orain. Museum of Fine Arts of Bilbao (2002); Snuff Bunny, La vie ç zit des reves, FRAC Collection Aquitaine, Bordeaux; CAPC (2000); DV Gallery(2001). FunBox. Aller-Retour; Triangle Bordeaux Gallery (1997); Programa, Blockhaus DY10. Nantes (1997);Trans, Hi Ha Mes Equips. Metrónom Gallery Barcelona, (1997). He has worked with unorthodox artists such as: Mauritzio Cattelan, Txomin Badiola, Buy-Sellf, Xabier Erkizia, Action Futur, Manu Uranga, Nicolas Milhe, Florent Mazzoleni, Juan Pérez, Pierre Hourquet and Michel Aphesberou of "Four Taxis" and on inter-disciplinary actions in the realm of music and contemporary art: Atracción Reacción, New Music Festival, Arteleku San Sebastian (2002),
juanaizpitarte@yahoo.com

Javier Abarca

Madrid 1973. He lives and works in Madrid.
He is a critic and a professor. He studied fine arts at the Universidad Complutense of Madrid and printing at Colchester School of Art and Design, United Kingdom.
Since the mid eighties until the beginning of this decade his work was well known in the fields of graffiti and urban art. He headed the first graffiti scene on train cars in Madrid at the end of the eighties and during the early nineties he was the first Spaniard to work on the main European capitals. His work had a profound influence on entire generations of Spanish graffiti writers.
An actor in the shadow of the national scene of urban art since it began to develop at the end of the nineties, he was a consultant and writer of various first figures. He was a direct witness of the evolution of the phenomenon and keeps in close contact with its main representatives. Since the middle of this decade he has exclusively dedicated his efforts to researching and theorizing urban art.
Since 2006 he has taught a monographic class on urban art at the School of Fine Arts of the Universidad Complutense of Madrid. He gives lectures and publishes articles on different forums, among which is his personal blog Urbanario, the only source of in-depth articles on urban art in Castilian Spanish. He is the head of the Aula Continua de Arte Urbano (Continuous Classroom of Urban Art), a theoretical-practical open space located in the center of Madrid. He is head of Urbanario Audiovisual, an itinerant sample that brings together a wide variety of documentaries with different perspectives on urban art. He is head of the Madposter festival, an international monographic sample of poster art that is held in Madrid.
He is the author of the extensive photographic collection Pifostio taken between 1999 and 2006 that documents the unique, popular street graphics of Madrid. The collection was shown at Photoespaña, the Centro Conde

Duque, Madrid, and the 2nd International Typography Conference, Valencia.

Florent Mazzoleni

He lives and works in Bordeaux. He is a writer, journalist, and photographer. He mainly writes about popular music, travel, photography, Africa, and the southern United States. During the 90's he was very much tied to the graffiti scene in France. He is a contributor to L'Optimum, TGV Magazine, Afrique Magazine, Monde 2, Vibrations, VSD, and Ulysse. He is the author of L'odyssée du rock 1954-2004 (Hors Collection 2004, republished in 2005 and 2007). In 2005, he published James Brown, l'Amérique noire, la soul et le funk and Les White Stripes et la scène de Detroit with Hors Collection. In 2006, he presented Nirvana et le punk rock américain with Hors Collection and Memphis, aux racines du rock et de la soul with the publishing house Castor Astral. In 2007, he participated in Rock'n'Roll 39-59 a catalog of the homonym exhibit at the Fondation Cartier, before publishing Disco in the month of October with Flammarion. In April of 2008 he published L'épopée de la musique africaine: rythmes d'Afrique Atlantique with Hors Collection, followed by Les racines du rock in the month of November of 2008, with the same publisher. He just finished a biography on Salif Keita and is preparing a book about the golden era of Motown. The two books that will come out at the end of 2009.

Ángel López de Luzuriaga

Bachelor's Degree in Economic Science, marketing and is an internet consultant.
He is the founder and editor of the magazine LUKE www.espacioluke.com (Vitoria-Gasteiz)

Antonio Calzado

Interior designers specialized in infoarchitecture and representation. He has worked on aspects of street furniture, on a signing project, and urban landscaping of the Comprehensive Plan for the housing tract "3000 homes". (Sevilla).

Blanca Rodríguez

A 5th year student in architecture at the ETSASS. In addition to her studies in this field, she draws and designs stickers. As an urban activist she created the blog: arteiensayo.blogspot.com. (Vitoria-Gasteiz)

José Antonio Antón

With studies in Computer Science and German, his activity in the field of culture places him on the side of photographic creation from which he not only produces works of art but organizes numerous collaborations with groups. (Vitoria-Gasteiz)

Miguel Ángel Rojas

Architect and urban planner who works on urban and cultural "landscapes", infrastructures in addition to being involved in projects on transforming the contemporary city. His dissertation focuses on the green belt of Vitoria-Gasteiz as an "urban ecotone" (Sevilla)

Javi Aldarias

He left his "material" architectural studies and now focuses on the immaterial aspects of architecture "working" on virtual environments, informational architecture, sound spaces, video creation, and urban facilities. He contributes to various architectural studies; he has made facilities in the Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (Andalusian Center of Contemporary Art - CAAC) Sevilla, the Fundaçao Galouste Gulbenkian of Lisbon and Le Fresnoy, Studio National des arts contemporains (National Studio of Contemporary Art) in Lille. (Jaén)

Natalia Aragón

She has studies in social anthropology and a Bachelor's in visual arts from the Universidad de Ciencias y Artes of Chiapas. She participated in various samples and actions where photography, etching, and drawing are mixed. (Mexico)

Nerea Lekuona

She is a graphic designer and photographer. She captures, absorbs, and reinterprets the contemporary city in individual initiatives or in collaboration with other creators. (Vitoria-Gasteiz)

Sebastián Bayo Oñoro

Urban architect linked to the management of Cultural Heritage. For years he has maintained a close relationship with the artistic world, especially with those lines that interact with architecture and urban planning. (Vitoria-Gasteiz)

Violeta Nicolás

A student of Fine Arts at the Universidad de Murcia. She has worked on different urban action projects like the collective sample: Out of control organized by the University and the City of Milan. (Murcia)

Zuriñe Celaya Ayorrabe

Architect - landscaper from the Technical Superior School of Architecture. Universidad de Navarra. With studies in Vitoria-Gasteiz, she worked on different projects in Germany and Portugal shaping her concerns surrounding the contemporary city and ecology.

***Esker onak* - Agradecimientos**

Antonio Rivera, Jorge Tellaeche (FCC), Joseba Sánchez, Javier Marcos, Elena Roseras, Iñaki Larrimbe, Ibón Saenz de Olazagoitia, Juan Ignacio Lasagabaster, Izaskun Fernández de Castillo, Amaia Ibarrarán, Araceli de la Horra, Maider Illana, Juan López de Ael, Teresa Castro, Eduardo García Nieto, Angel López de Luzuriaga, Ricardo San Segundo, Vicente Perales, Cea- Centro de Estudios Ambientales y Servicio de Informática. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz

www.signossobresignos.com

"Zeinuak zeinu gainean" jardunaldi-taller teoriko-praktikoak Juan Azpitartek zuzendu zituen hirigintzaren, sorkuntza garaikidearen, diseinuaren eta neo-grafitiaren arteko harremanak aztertzeko asmoz.
Tailerra 2008ko azaroaren 5etik 8ra egin zen Hiriagunean, eta Vitoria-Gasteizko hainbat lekutara zabaldu zuten egun batzuetan.
Aldika aztertu zituzten hiri diskurtso horretako planteamenduak. Hiri ikuspuntu teorikoak eta sarrerak bateratu zituzten hiri formen beharrak zehaztu eta sorkuntza arloko ariketa praktikoak egite aldera.

"Signos sobre signos" fueron unas jornadas-taller teórico-prácticas dirigidas por Juan Aizpitarte sobre las relaciones entre urbanismo, creación contemporánea, diseño y post-graffiti.
El taller tuvo lugar entre los días 5 al 8 de noviembre de 2008 en Espacio Ciudad y se extendió por diversos emplazamientos de Vitoria-Gasteiz durante un tiempo.
La forma de abordar estos planteamientos acerca del discurso urbano fue alterna, combinando introducciones y puntos de vista teóricos con visiones de la ciudad con el fin de ir articulando necesidades formales urbanas y ejercicios prácticos de creación.

Vitoria-Gasteiz

Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala