

ESTUDIO DEL "GRAFITI COMERCIAL" EN LAS FACHADAS DE VALENCIA.

Una nueva concepción decorativa.

DENVER - BUENOS AIRES - LONDON - VALENCIA



¡ATRÉVETE SI
ERES HOMBRE!

DENVER - BUENOS AIRES - LONDON - VALENCIA

Presentado por:
Santiago VELASCO COSTA

Dirigido por:
Mercedes SÁNCHEZ PONS
M^a Pilar SORIANO SANCHO

ESTUDIO DEL “GRAFITI COMERCIAL” EN LAS FACHADAS DE VALENCIA. Una nueva concepción decorativa.

TESIS FINAL DE MÁSTER.

PRESENTADO POR: SANTIAGO VELASCO COSTA

**DIRIGIDO POR: MERCEDES SÁNCHEZ PONS Y
M^a PILAR SORIANO SANCHO**



1. RESUMEN

El objeto de estudio de esta investigación, lo que denominamos grafiti comercial, lo hemos elegido en virtud de su peculiaridad, de su singular expresividad y de su manifestación concreta en expansión por el entorno urbano.

En ella hemos intentado definir qué es y cómo se entiende en el contexto del amplio concepto que constituye en sí mismo el término grafiti contemporáneo. Profundizaremos, a través del estudio de ejemplos significativos, en cómo y porqué se realizan estos grafitis “por encargo”, los materiales que se emplean para su elaboración y su condición de obras perdurables, al menos por un tiempo, lo que justifica la necesidad de establecer pautas para su adecuada conservación, al menos durante su vida útil. Para ello se ha contado con la opinión de comitentes y artistas a través de las entrevistas realizadas, se ha observado detenidamente las obras y su estado de conservación, intentando determinar el tipo de deterioros comunes y el motivo por el que se producen, recogiendo esta información en unas fichas que constituyen un registro técnico de algunas de las obras más representativas de esta tipología en la ciudad de Valencia.

Con ello hemos pretendido iniciar una línea de investigación que profundice en un futuro en el conocimiento de esta nueva técnica artística y los posibles tratamientos de conservación y restauración que resultarían compatibles.

2. ÍNDICE

1. RESUMEN	3
2. ÍNDICE	4
3. INTRODUCCIÓN	5
4. OBJETIVOS	7
5. METODOLOGÍA	8
6. DESARROLLO DEL TRABAJO	11
6.1. El nuevo grafiti contemporáneo.....	18
6.2. Tipologías del grafiti.....	20
6.3. El “grafiti comercial” en Valencia.....	21
6.3.1 Características de los “grafiti comerciales” de Valencia.....	23
6.3.2. Técnicas.....	23
6.3.3. Soportes característicos	26
6.3.4. Problemáticas más comunes.....	30
7. CONCLUSIONES	29
8. BIBLIOGRAFÍA	33
9. AGRADECIMIENTOS	35
10. ANEXOS	36
Anexo I.....	43
Anexo II	47
Anexo III.....	81
Anexo IV.....	82

3. INTRODUCCIÓN

Lo que conocemos como grafiti ha cambiado mucho, desde su origen (pintadas de nombres en paredes o en las estaciones del metro de Nueva York)¹ hasta el momento actual. Vivimos en un momento en el que el término en sí y lo que éste abarca está en proceso de debate, ya que algunos de los usos que ha ido adquiriendo están en total contradicción con sus características originales. En el paisaje urbano que nos rodea convivimos con infinidad de imágenes de grafitis con distintas intenciones, con diferente estética e, incluso, como es el caso que nos ocupa, con funciones concretas. El objeto de estudio de esta investigación representa una novedad en este arte urbano del grafiti, éste se encuentra siempre en constante cambio y se desvía de su camino de una forma libre y abstracta, así que, a lo largo de este trabajo, nos dirigiremos hacia ellas de una misma manera, como “grafiti comercial”.

Este tipo de manifestación artística, con un uso bien definido, ha ido adquiriendo cada vez más protagonismo y la observación de tantos ejemplos en toda la ciudad nos ha llevado a plantearnos las siguientes cuestiones: ¿Son grafitis o no lo son?, ¿Quiénes los realizan?, ¿Por qué se hacen y por qué tienen tanto éxito en ciertas zonas?, ¿En qué se diferencian de otras tipologías de grafiti?, ¿Con qué materiales se realizan?, ¿Constituyen una nueva técnica dentro de las pinturas murales?

Para responder a estas preguntas nuestro estudio se centrará en observar directamente esta nueva concepción de grafiti comercial, eligiendo exclusivamente aquellos trabajos realizados que se sitúen en el exterior o en las fachadas de locales comerciales u otros sitios de Valencia, y que como podemos comprobar siguen la misma estética y técnica que el grafiti, estos se localizan en diferentes soportes (persianas metálicas, muros, madera, etc.).



Fig. 1. Es habitual la persiana metálica como soporte.

Estas decoraciones cada vez son más comunes a nuestro alrededor, por eso y con ayuda de un registro técnico de fichas, seleccionando algunos barrios como ejemplo y con una serie de entrevistas, podemos apreciar sus circunstancias, el tipo de problemáticas más habituales que presentan, sus materiales y técnicas, etc. para poder llegar a realizarnos ciertas conclusiones, y estableciendo comparaciones entre las obras, así veremos qué causas de deterioro son las más significativas e intentaremos establecer algunas pautas para su futura realización, aunque no es nuestra intención entrar en profundidad en este campo.

¹ MANCO, Tristan; GANZ, Nicholas. Graffiti: arte urbano de los cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili. Cop. 2004. p. 8.

El complejo fenómeno del grafiti va más allá de la ilegalidad y de la pintura mural, se salta las normas buscando su propio espacio y sentido, (que es la calle), allí donde pueda verlo todo el mundo de una forma altruista, siendo reflejo de la creatividad de su autor y de la admiración de los transeúntes, sin seguir unas normas preestablecidas. Pero surge un nuevo impulso al encontrarse en un nuevo contexto, en este caso decorando fachadas y persianas de comercios, y alejándose del campo de la ilegalidad y marginalidad al que estaba asociado, por ello quizás éste ya no sea considerado como grafiti, porque aunque usa para elaborarlos el bote de spray o el mismo método de elaboración, se aleja de su concepción.

“Para un escritor tradicional, pintar fuera del ámbito de lo público no es grafiti, sino otra cosa, una pintura que ha sido realizada con una estética prestada, pero nada más”².

Por tanto el grafiti comercial se presenta ante la sociedad con una nueva finalidad o concepción, éste presenta un mensaje totalmente dirigido y consentido que nos quiere decir que su intencionalidad es publicitaria³. Además es un arte que se paga, por tanto una vez más se aleja de esa condición de grafiti presentándose como encargo de pintura mural y mostrando una identidad propia que la diferencia del resto, mereciendo buscar soluciones para su conservación.

Aunque también a esta forma peculiar de expresión artística se diferencia del grafiti en cuanto a su estética, por ejemplo, Jesús de Diego dice: *“no tiene las pautas estéticas del grafiti ya que se extinguen por la descontextualización obligada y por los condicionantes del trabajo, en su lugar aparece una decoración neutra, es decir, como una falta de forma artística”⁴.*

Pero se debe tener en cuenta, que estas pinturas son totalmente legales y se apartan del grafiti, no en cuanto a su metodología de trabajo y estética transgresora, sino que abren un campo de debate totalmente nuevo en el contexto en que se tenía enmarcado al grafiti como arte no convencional o antisistema, etc.

² DE DIEGO, Jesús. Graffiti, la palabra y la imagen: un estudio de la expresión en culturas urbanas en el fin del siglo XX. Barcelona: Los Libros de la Frontera. 2000. p. 130.

³ En las entrevistas realizamos esta pregunta, **¿crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?** todos están de acuerdo en que este tipo de obras no se les puede llamar grafiti por muchos motivos:

“No, es un encargo que depende de la opinión y gusto de la persona que lo encarga, sería más como pintura mural realizada con la técnica de la pintura en spray”. (Jn2). (Anexo II, entrevista 4).

“No porque el grafiti es un concepto más que una forma de trabajar, solo tiene en común el bote, su metodología de trabajo, pero es más que una forma de trabajar, para nosotros es pintura mural”. (SIXHANDSTUDIO). (Ver Anexo II, entrevista 13).

“El grafiti es ilegal, esto son encargos de pintura mural”. (Deih). Ver Anexo II, entrevista 2).

⁴ Ídem p. 120.

4. OBJETIVOS

Con este trabajo pretendemos lograr una serie de objetivos fundamentales, en primer lugar, crear una nueva línea de investigación para llegar a comprender la importancia del grafiti comercial como expresión artística y el papel fundamental que desarrolla en el espacio urbano, a la vez que, intentar acercar este nuevo concepto o manifestación del mundo del grafiti o “grafiti comercial” a la disciplina de la conservación y restauración, con la siguiente intencionalidad:

Exponer la importancia y sentido que tiene este tipo de “grafiti comercial” en nuestro espacio urbano y **realizar un registro** técnico de una selección representativa de algunas de estas pinturas en el entorno urbano de Valencia.

Dentro de estos objetivos generales podemos desarrollar otros más particulares:

- **Comprender sus circunstancias o particularidades** entendiendo su contexto como parte fundamental de estas pinturas.
- **Comparar las similitudes y diferencias** que presenta esta modalidad con respecto a otras manifestaciones del grafiti.
- **Identificar las técnicas y procedimientos** de realización más habituales, y así poder entender mejor sus problemáticas.

5. METODOLOGÍA

Para abordar este estudio hemos recurrido en primer lugar, a investigar en profundidad las fuentes bibliográficas sobre el tema del grafiti, para obtener una visión general de esta expresión artística, desde sus orígenes hasta la actualidad. Con respecto a la bibliografía consultada y existente sobre el ello, nos centramos en el grafiti contemporáneo, y así observamos podemos que este campo resulta muy diferente en sus orientaciones (carácter lingüístico, histórico, etc.). En nuestro caso no hay mucha documentación ni estudios detallados sobre el tema en cuestión, aunque existe y se define bien esta tipología de “graffiti comercial”, como vemos en algunos capítulos de libros o artículos, que se aproximan más a este nuevo modo de hacer grafiti, como son sin duda, Fernando Figueroa Saavedra⁵ o Jesús de Diego Erlés⁶. Estos autores le dedican apartados que van directamente referidos al “graffiti comercial”, como lo denominan ellos mismos y que nos han servido de gran ayuda y utilidad en el desarrollo de nuestro estudio.

El siguiente paso metodológico, ha sido establecer un esquema organizado sobre los **lugares de concentración** y producción más representativos de estos grafitis, acotado a unas determinadas zonas de la ciudad de Valencia.

A continuación, a través de las **entrevistas** realizadas (Ver anexo II) y la observación de las obras hemos tratado de familiarizarnos con los mecanismos de producción de los artistas cuyo procedimientos y recursos son diversos y personales.

Por último, nos planteamos el diseño de un modelo de **ficha adecuado** (Ver Anexo III), que recoja los datos más significativos de las obras estudiadas y poder realizar un estudio comparativo que nos ayude a extraer conclusiones sobre ellas.

En definitiva, este trabajo de investigación se revela como un instrumento para la comprensión de este fenómeno del “graffiti comercial” en Valencia, en cuanto sus resultados conforman la base esencial del estudio, siempre seleccionando por zonas y entre muchos para obtener una información idónea y abundante para comenzar a realizarnos una serie de conclusiones razonables. Por tanto, el soporte en nuestro trabajo será un factor fundamental para atender a las características y condiciones que presentan, las técnicas y materiales usados, además de sus problemas o deterioros más evidentes.

⁵ FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. El graffiti universitario. Madrid: Talasa ediciones S.L. 2004. 160 p. / Graphitfragen. Una Mirada reflexiva sobre el Graffiti. Madrid: Minotauro Digital, 2006. 217 p.

⁶ DE DIEGO, Jesús. Graffiti, la palabra y la imagen: un estudio de la expresión en culturas urbanas en el fin del siglo XX. Barcelona: Los Libros de la Frontera. 2000. 265 p.

Según el planteamiento de este estudio se ha tenido en consideración la necesidad e importancia de contactar personalmente con cada uno de los artistas de estas pinturas seleccionadas, para conocer de cerca los procesos que han elegido, y en general ver de cerca la producción creativa de este colectivo.

Uno de los objetivos de esta investigación ha sido seleccionar desde nuestro punto de vista, algunas zonas características de este tipo de pinturas, para trazar una panorámica lo más detallada posible sobre este “grafiti comercial”, y el marco escogido es la ciudad de Valencia, en concreto tres barrios o zonas: **(El Carmen, Benimaclet y las zonas de Ciutat Jardí, Amistat y La Bega Baixa)**⁷, aunque incluimos algunas excepciones por cercanía a uno de estos barrios, también hay que decir, que en estas zonas se encuentran la mayor cantidad de grafiti de este tipo, quizás debido a varios motivos:

- El entorno del barrio en sí, con zonas universitarias y con un ambiente característico, reivindicativo por excelencia.
- Comerciantes que siguen las modas para atraer a los jóvenes.
- Mayor permisibilidad a la hora de actuar conforme a la estética del barrio.
- Por concursos o eventos que promueven esta clase de decoraciones, gracias a algunos barrios o instituciones de la ciudad. (Ver Anexo I).

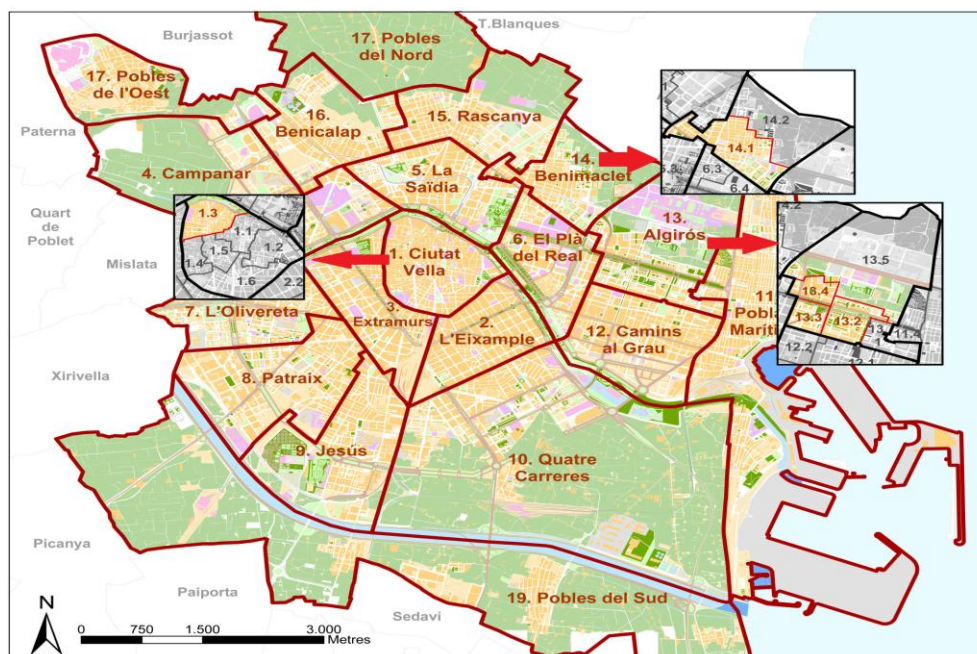


Fig.2. Imagen de los distritos (Ciutat Vella, Algirós y Benimaclet) con las zonas donde se encuentran las pinturas (El Carmen, Ciutat Jardí, Amistat, La Bega Baixa y por último Benimaclet).

⁷ El distrito nº1 Ciutat Vella esta compuesto por seis barrios: La Seu, La Xerea, **El Carmen**, El Pilar, El Mercat y Sant Francesc. El distrito nº 13 Algirós esta formado por cinco barrios: L'illa Perduda, **Ciutat Jardí**, **Amistat**, **La Bega Baixa** y La Carrasca. El distrito nº 20 Benimaclet formado por dos barrios: **Benimaclet** y Camí de Vera.

Una vez visto que estos tres barrios son bastante representativos de la ciudad porque contienen gran cantidad de estos trabajos, nos pusimos en contacto con sus autores y comitentes para rellenar las fichas lo más detalladas posible sobre los datos de cada una de ellas, sus materiales, soportes y los problemas que observamos a simple vista, todo esto ayudándonos a través de fotos generales de la fachada y otras fotos de detalle con aquellos problemas que presentan, que nos han servido como ejemplos de primera mano de dicho estudio, sin entrar en análisis químicos ni otras técnicas que nos sirvan para averiguar sus materiales en profundidad.

Aunque en muchos de ellos no se ha obtenido la información suficiente, pero nos sirven como ejemplos representativos para el posterior estudio.

Además con las entrevistas a los artistas, nos ha ayudado a entender qué serie de técnicas y materiales utilizan, y las circunstancias de cómo han sido realizadas, por lo tanto, así hemos podido hacer comparaciones y ver numerosos puntos de vista como premisa básica de este estudio.

Como elemento auxiliar se ha elaborado un plano de distribución de las principales zonas seleccionadas con esta clase de “grafiti comercial”.

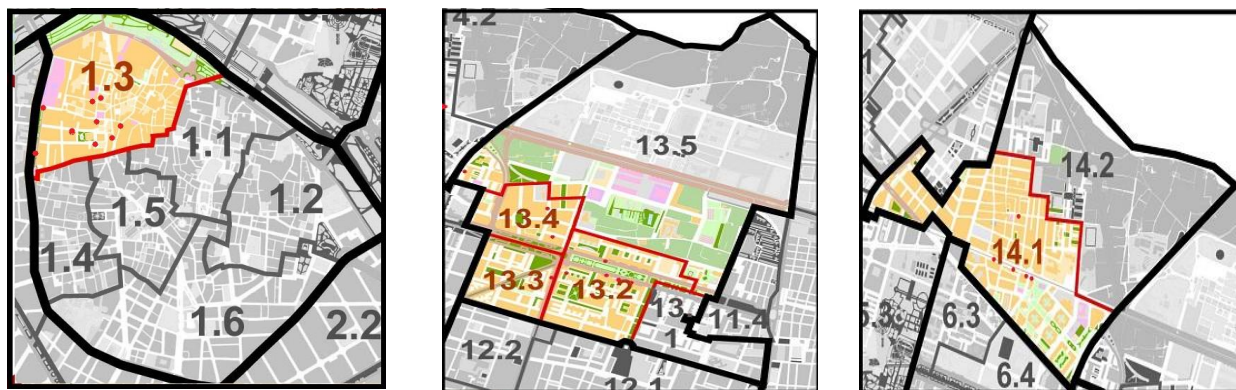


Fig. 3. Puntos de la ubicación de las pinturas en los barrios de los tres distritos seleccionadas (Ciutat Vella, Algirós y Benimaclet).

6. DESARROLLO DEL TRABAJO

Pensamos que es interesante este estudio porque el grafiti es una forma creativa e innovadora y con una función muy definida, que se encuentra enraizada en el ámbito de nuestra cultura urbana, por ello el análisis de estos “grafitis comerciales”, eminentemente urbanos y con un cierto componente social a quien va dirigido, donde se reflejan estrategias publicitarias y de propagandística a la vez, nos sugieren una metodología de estudio apropiada para tenerlas en cuenta y poder asimilarlas de otra manera.

6.1. El nuevo grafiti contemporáneo.

El grafiti a lo largo de su corta y continua evolución, se transforma continuamente creando nuevas tipologías, también en cuanto a nuevas funciones y formas utilizadas según la estética y la época para crear otros fines distintos, que en muchos casos descontextualizan su sentido. Por tanto, esta gran evolución se produce en muy poco tiempo y pronto estas prácticas, estilos y tendencias se difunden por todas partes.

Las tipologías han ido progresando, con diferentes estilos, desde letras con una gran visibilidad, hasta el “wildstyle⁸”, el “estilo burbuja⁹”, o el “tridimensional¹⁰”, entre otros. Además también empiezan a utilizarse personajes, algunos de estos grafitis presentan una estética que es digna de admiración, estos pueden inspirarse o tomar como referencia el mundo del cartel, del cómic, de la publicidad, etc., que es lo que nos rodea y nos invade cada día en nuestro espacio urbano, y una de los mejores ejemplos sobre la influencia de la publicidad se refleja en el “grafiti comercial”.



Fig. 4. Escritor de grafiti dándole tridimensionalidad a las letras.

“A mediados de los años 90 en España se asistió a un cambio de actitud en el seno del mundo de los escritores de grafiti insertos en la cultura del Hip Hop Graffiti, que derivó en la aparición de nuevas tendencias¹¹”.

⁸ “Wildstyle” o “estilo salvaje” presenta letras entrecruzadas y distorsionadas.

⁹ “bubble style” o “Estilo burbuja”. Con formas redondeadas bien definidas.

¹⁰ “Tridimensional”. Se le da perspectiva y efectos de profundidad.

¹¹ FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. “Estética popular y espacio urbano: El papel del grafiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio”. En: Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 2007, enero-junio, vol. LXII, nº1, p. 120.

Por esos años se produce una gran creatividad en el espacio público, surgen nuevas formas de expresión y realizadas con otros materiales, como etiquetas, plantillas, carteles, etc. Se usaron nuevos términos como *Postgraffiti*, *Neograffiti* o *Arte Urbano*, para definir esta nueva realidad que estaba surgiendo. Todo ello usando el paisaje urbano por completo (mobiliario, señalización viaria, rótulos, carteles, etc.), dándole y alterando una nueva imagen al entorno urbano.



Fig. 5. Uso de plantillas.



Fig. 6. Introducción de otros elementos en el grafiti contemporáneo.

Así como el uso de las nuevas tecnologías e Internet, que en la actualidad es de suma importancia, no solo porque se difunden las imágenes de todo tipo de arte entre artistas de todo el mundo y les sirven de inspiración e influencia para darse a conocer, sino porque además es un medio muy usado para diseñar nuevas formas y poder ver los resultados finalizados antes de llevarlos al soporte, es decir, ofrece toda una clase de ventajas que facilita mucho más el desarrollo y evolución del grafiti.

Pero sin lugar a dudas “... el bote de spray, la herramienta tradicional del grafiti, sigue siendo fundamental para escritores de todo el mundo, la variedad de material disponible actualmente (pinturas de aceite a acrílicas, aerógrafo, tiza al aceite, plantillas, pósters y pegatinas, etc.)¹²”.

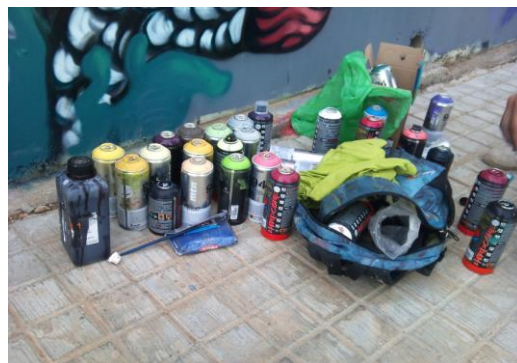


Fig. 7. Algunos productos que usa un escritor de grafiti a pie de calle.

¹² MANCO, Tristan; GANZ, Nicholas. Graffiti: arte urbano de los cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili. Cop. 2004. p.10.

“... a grosso modo, se podría distinguir algunos episodios principales en la construcción de este Postgraffiti, que toma verdadero cuerpo en la década del 2000:

- a) La experimentación con nuevas técnicas y nuevos materiales.
- b) La exploración de nuevos soportes.
- c) La salida de los tipos clásicos de piezas.
- d) El desarrollo de la imagen frente al texto. Valoración de la imagen exenta y aparición de los iconos.
- e) El desarrollo de la dimensión dinámica del icono.
- f) La liberación del buen acabado. Apertura a una vertiente expresionista o informalista.
- g) La exploración de las texturas o el relieve y del medio escultórico.
- h) La acentuación de lo conceptual o de lo preformativo.
- i) El desarrollo del aspecto lingüístico del graffiti y el estudio de las relaciones que establece en la calle con otros medios de expresión o comunicación.
- j) Nuevas estrategias de intervenir en el espacio público. Ampliación de los objetivos físicos, dentro del paisaje urbano.
- k) Los enfoques sociales o políticos.
- l) El diseño de campañas colectivas que rompen con el egocentrismo.
- m) La sustitución de la firma por una forma de hacer a la hora de reconocer una autoría. El estilo de por sí como firma. Etc¹³”.



Fig. 8. Fachada decorada con plantillas y motivo escultórico.

¹³ FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. Graphitfragen. Una Mirada reflexiva sobre el Graffiti. Madrid: Minotauro Digital, 2006. p. 200.

6.2. Tipologías del grafiti.

El grafiti lo encontramos repartido por todo el espacio urbano y se representa con multitud de tipologías, Fernando Figueroa revisa una clasificación anterior sobre tipologías del grafiti, realizada por Fernando Arias.

Por tanto, este autor establece veinte tipos generales dentro del grafiti practicado en la cultura occidental: *"graffiti infantil; graffiti porno-escatológico; graffiti de opinión o pensamiento; graffiti devocional o confesional; graffiti ritual o mágico; graffiti informativo; graffiti de escarnio y escarmiento; graffiti de recuerdo u homenaje; graffiti amoroso; graffiti laboral; graffiti delictivo; graffiti de minorías étnicas; graffiti homosexual; graffiti mendicante; graffiti psicopatológico; graffiti paranormal; graffiti social; graffiti político; graffiti publicitario o comercial; graffiti artístico"*¹⁴.

Según nuestra tipología de **"graffiti publicitario o comercial"** dice esto: *"anuncian una operación u oferta comercial (venta, alquiler, traspaso, liquidación, rebajas, etc.) o promocionan publicitariamente un establecimiento o local, un acontecimiento, un grupo musical, un producto, una marca, un servicio, etc. Presenta como característico el uso de plantillas (serigrafitti). Su vertiente muralista no suele ser ilegal"*¹⁵.

Además podemos ver que Jesús de Diego en su libro hace otra clasificación, pero según sus condiciones de producción y exhibición: *"exhibitoria fija, exhibitoria en movimiento, exhibitoria con espectador móvil, de ensayo o aprendizaje, de saturación u ocupación espacial, dialógica o de relación con el grupo, comercial o de encargo. Alta visibilidad pública. Por último de exposición o museística, en lugares cerrados como galerías de arte, museos, interior de edificios, etc"*¹⁶.

Toda modalidad de grafiti en general ocupa un espacio que no estaba destinado para ese uso, comparte esta característica con el cartel, además tanto este último como "el grafiti comercial" presentan similitudes no sólo como un medio de publicidad general sino que además se asemeja mucho en el lenguaje visual.

Hay muchos autores que relacionan al grafiti con el cartel, entre ellos Joan Garí que dice: *"... el cartel es un gran competidor semiótico del grafiti"*¹⁷.



Fig. 9 y 10. El parecido con el cartel publicitario salta a la vista.

¹⁴ Ídem p.19

¹⁵ Ídem p. 23

¹⁶ DE DIEGO, Jesús. Graffiti, la palabra y la imagen: un estudio de la expresión en culturas urbanas en el fin del siglo XX. Barcelona: Los Libros de la Frontera. 2000. p. 120. p. 83.

¹⁷ GARÍ, Joan. La conservación mural: Ensayo para una lectura del grafiti. Madrid: Fundesco. 1995.

6.3. El “grafiti comercial” en Valencia.

Esta vía del “grafiti comercial” se abre como una salida económica complementaria para los escritores de grafiti, cada vez más enfrentados a problemas como condenas judiciales, multas, etc. A esto se suma el interés de muchos comerciantes que asumen la estética del grafiti debido al cambio en la propia configuración visual del paisaje urbano y a que la población considera cada vez más esto como parte misma de su entramado estético. Por ello, algunos comerciantes empiezan a encargar a escritores de grafiti la decoración externa de sus locales, pero no todos lo hacen por una tendencia en expansión ni gusto estético, sino por evitar que se haga otro tipo de grafiti totalmente sin su consentimiento, como por ejemplo, los tan odiados “tags”¹⁸ o para proporcionar una apariencia más moderna a sus locales, aprovechando así su función publicitaria como reclamo para el ciudadano.



Fig. 11. “Tags” o firmas en una persiana de Valencia.

Nos resulta extraño que el grafiti haya pasado de ser un arte callejero de expresión adolescente, al margen de la legalidad, transformándose en los nuevos tiempos y teniendo protagonismo en la decoración de la vía pública de una nueva forma. Así las fachadas de los comercios han pasado de ser objeto de agresión de los demás escritores a convertirse en un lienzo mural lícito, que los comerciantes ponen a disposición de los artistas para lograr una decoración alternativa que dote de atractivo a sus negocios y que cada vez están más solicitados los servicios de estos escritores para decorar todo tipo de locales comerciales y propiedades privadas que buscan sus servicios, de esta manera convierten esta expresión artística en una alternativa diferente de trabajo para todos ellos.

Esta expresión artística se va imponiendo sobre otros medios decorativos o publicitarios, debido a que presentan numerosas ventajas:

- Es un modo rápido y económico, pintar con aerosol es mucho más rápido que con cualquier otra herramienta o técnica. Además es un tipo de encargo que normalmente parece salir bastante económico para los dueños de los comercios, respecto a la contratación de otra clase de profesionales especializados, aunque todo depende del caché del artista y del poderío de la empresa.
- Otro factor a tener en cuenta es que al contrario que otros materiales y técnicas, el spray o pintura sintética se adapta y amolda sobre cualquier tipo de superficie: pared, chapa, metal, granito, madera, piedra...

¹⁸ Tags o firmas. Se basa en hacer firmas simples, con el objetivo de hacerse publicidad callejera.

- Además la estética o estilo que presenta da un aire de modernidad y vanguardia, dando una imagen uniforme, moderna, progresista y vitalista a un área urbana.

- Otra ventaja es que gracias al asentamiento de la tradición entre escritores de grafiti de no pintar sobre la obra de un escritor, sea legal o ilegal. Así, este interés se centra especialmente en evitar el aparentemente antiestético bombardeo de firmas y potas¹⁹, aunque, como se puede comprobar, este halo protector no es definitivo y sólo parece ser más efectivo en el caso de autores reconocidos u obras sobresalientes.

- También es importante una negociación detenida, ya que el encargo tiene un interés concreto y una aplicación muy personalizada. Por ello es necesario establecer un clima de confianza y llegar a un acuerdo entre ambas partes²⁰. Con respecto a este tema dice Tiboo: “... el propietario tiene una idea o un tema en la cabeza y tú lo interpretas a tu manera. Otras veces tienen algo muy difuso o abstracto en mente o tienen clarísimo que quieren que hagas la foto. Supongo que, sea cual sea el tema, siempre intentas crear una composición que funcione para ti y también para el que te hace el encargo y eso es lo difícil”. (Ver Anexo II, entrevista 9).

Hoy en día, hay muchas formas de contactar con uno de estos escritores o crews²¹ que se dedican a ello, incluso forman empresas que incluyen en sus servicios la decoración de toda clase de establecimientos.

El sistema de trabajo es similar al del grafiti, primero los artistas visitan el lugar y realizan bocetos para asesorar al cliente, también aceptan realizar dibujos a partir de una sugerencia o idea del propietario, ya que el diseño es completamente personalizado para cada persona que los contrata y lo más difícil de todo es que el artista se tiene que adaptar en todo momento a las circunstancias que le rodean.

De esta forma, hay artistas que comienzan a ver que su arte puede ser una alternativa laboral, hay casos en que estos comienzan a trabajar para grandes empresas o los propios Ayuntamientos, o bien se convierten en artistas reconocidos.

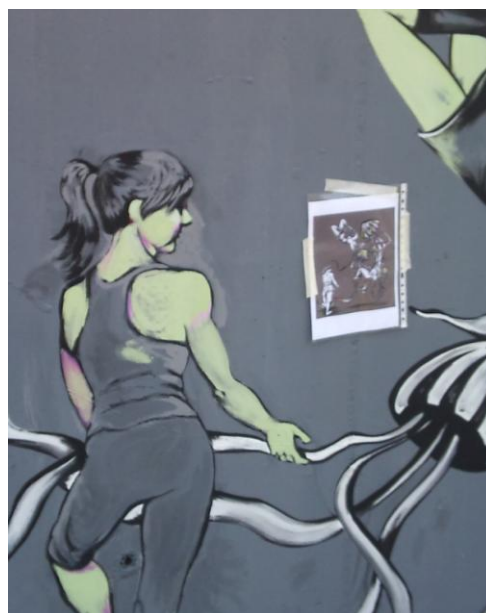


Fig. 12. Boceto en la elaboración de un grafiti.

¹⁹ Potas: Son letras con poco diseño, su finalidad es cantidad y no calidad.

²⁰ FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. “Estética popular y espacio urbano: El papel del grafiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio”. En: Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 2007, enero-junio, vol.LXII, nº1, p. 140.

²¹ Crew: Grupo de escritores o artistas que trabajan juntos componiendo graffiti.

En Valencia se realizan en los últimos años mucha decoración comercial, y los escritores de grafiti lo saben, por lo que poco a poco se han afirmado estéticamente en el panorama visual urbano. El resultado de esta lenta consolidación ha sido que estos artistas no sólo ven crecer sus encargos comerciales, sino que muchos de ellos crean grupos y sus propios talleres para realizar los trabajos. En este proceso hay algunos problemas, como que los comitentes al tener mucho donde elegir intentan ajustar al máximo el presupuesto para la realización.

Existen algunos grupos formados a partir de varios escritores de grafiti que realizan este tipo de decoraciones por Valencia, y algunos de los más importantes con los que hemos podido contactar son **“Soberana Franke”** y **“Sixhandstudio”**.



Fig. 13. Persiana del taller de “Soberana Franke”.

El primero de ellos está, integrado por componentes del colectivo conocido como XLF, un grupo de escritores valencianos compuesto por ocho artistas que trabajan juntos desde 2003 realizando “pintura mural”²², y que gracias a este arte consiguen ganarse la vida, realizando encargos de todo tipo²³.

Este grupo está formado por los siguientes componentes: **DEIH, END, ESCIF, XELÖN, SR. MARMOTA, JULIETA, ON_LY y CESP**. Destacan los trabajos de este colectivo sobre todo por la zona del Carmen, encontrándose en multitud de fachadas de comercios, cocheras, etc. y que detallaremos más adelante.

El otro grupo con el que hemos contactado, **SIXHANDSTUDIO**, está compuesto por tres jóvenes llamados (Lolo, Natxo y Cere) que juntos realizan proyectos y participan en eventos. Tal y como se refleja en las encuestas realizadas, para todos estos escritores su deseo es poder sacar partido y beneficio aunque sea alejándose del mundo del grafiti, convirtiéndose la mayor parte de sus trabajos en encargos de pintura mural. como lo consideran ellos mismos.

En todos los casos comienzan trabajando en la decoración de pequeños locales y asociaciones de vecinos, pero con el tiempo la variedad de encargos crece al igual que la propia experiencia del escritor, con lo que la calidad de los trabajos aumentan.



Fig. 14. Taller y local de exposiciones del grupo Sixhandstudio.

²² Según dice Sr. Marmota: “Soberana Franke, hace encargos a particulares, a estos trabajos los denominamos pintura mural, y no tienen nada que ver con el grafiti en sí”.

²³ Grupo XLF de Valencia. Disponible en: www.xlface.com/soberana/
[Consulta: 01 mayo 2012]

A pesar de todo ello, esta modalidad de decoración se ha afirmado lentamente en la percepción estética de los ciudadanos, no sólo por su presencia física en su espacio urbano, sino conformando a su vez su influencia en el espacio percibido. Su presencia en los medios de comunicación también ha cambiado. Su imagen negativa inicial se sustituye poco a poco por su presencia en spots televisivos relacionados con productos dirigidos a un público joven, en films de muy diversas clases, etc. Todo ello ha contribuido a su vez a crear una mayor aceptación social de esta forma creativa, de una forma que no contempla sus valores estéticos pero que produce un hábito visual evidente, aunque sea de forma completamente aparential ²⁴.

De hecho en Valencia se han creado en los últimos años, una serie de eventos y concursos relacionadas directamente con nuestro trabajo potenciando la creación y el reconocimiento de esta modalidad que denominamos como, “grafitis comerciales”, en el (Anexo I) incluimos algunos ejemplos que reflejan muy bien el gran auge e importancia que están adquiriendo esta serie de decoraciones por toda la ciudad, como por ejemplo, el evento “**Benimaclet ponte guapo**”²⁵, donde comerciantes de este barrio se ponen de acuerdo con artistas para decorar sus comercios o el **Concurso de arte urbano**²⁶, convocado por la Universidad Politécnica de Valencia en colaboración con el periódico “Las provincias”, en donde durante un año, los artistas pintan las persianas metálicas de cincuenta kioscos de diferentes barrios de Valencia, y otra serie de noticias relacionadas²⁷.

²⁴DE DIEGO, Jesús. Graffiti, la palabra y la imagen: un estudio de la expresión en culturas urbanas en el fin del siglo XX. Barcelona: Los Libros de la Frontera. 2000. p. 121.

²⁵ Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en:

<http://www.laquiago.com/valencia/evento/37486/proyecto-de-jornada-arte-urbano-en-benimaclet-valencia/>

[Consulta: 15 Junio 2012]

²⁶ Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en:

<http://www.lasprovincias.es/v/20110222/valencia/provincias-politecnica-crean-concurso-20110222.html>

[Consulta: 30 Junio 2012]

²⁷ Otra noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en:

<http://www.urbanity.es/foro/urbanismo-cva/22071-valencia-persianas-comerciales.html>

[Consulta: 30 Junio 2012]

6.3.1. Características de los “grafitis comerciales” de Valencia.

En este apartado desarrollamos con una visión generalizada, el análisis de esta forma artística, es decir, de sus condiciones de producción y del proceso con el que se han constituido, esto se presenta como una parte esencial de este estudio, con ayuda de las herramientas metodológicas que hemos utilizado para establecer una serie de observaciones y estadísticas aproximadas basándonos siempre en nuestros datos recopilados que son orientativos en cuanto a las tres zonas tratadas como ejemplo y que de todo ello deducimos una serie de información para poder lograr una comprensión general de este fenómeno de gran actualidad, que es el “grafiti comercial” en la ciudad de Valencia.

Con todo ello comprobamos las numerosas técnicas que cada uno de estos utilizan, incluso pueden llevar a cabo muchas a la vez para abordar un trabajo si este lo requiere, pero siempre teniendo presente y ante todo, que deben adaptarse a todas las circunstancias, al propietario y a las características que presente la fachada con sus distintos factores (soportes, instalaciones, irregularidades de la superficie, etc.).

6.3.2. Técnicas.

A través de las encuestas realizadas hemos podido constatar que las pinturas empleadas en la realización de estos trabajos, son, al igual que en la mayor parte de las tipologías del grafiti, los aerosoles de esmaltes sintéticos, combinados en algunos casos con pinturas plásticas, empleadas fundamentalmente como base.

Estas pinturas plásticas se usan sobre todo para eliminar el ruido visual²⁸, como fondo pictórico de la composición, pero también para reducir la absorción de la base y por tanto ahorrar material, por lo que su importancia es tanto estética como funcional. Con respecto a su composición, no vamos a tratar en profundidad, ya que es compleja y depende de las marcas de comercialización.

En algunos casos, los aerosoles se combinan con todo tipo de pinturas plásticas, sobre todo marca TKROM® o PETREX®, incluso esmalte acrílico al agua TITAN® o BRUGER®, y rotuladores de diversas marcas. El aerosol comercial preferido es el de la conocida marca catalana MONTANA COLORS®, en concreto **Montana 94®**, por el tipo de acabado que ofrece²⁹. Como herramientas, además del spray en sí, utilizan pinceles, plantillas, cinta de carroceros, etc.³⁰.

²⁸ Como dice Jn2: “... pintura plástica para tapar lo anterior, tener un fondo homogéneo, etc.”.

(Ver Anexo II, entrevista 4).

²⁹ Como dice Sr. Marmota: “Montana 94, es una pintura mate con gran capacidad cubriente, que da unos acabados muy limpios”. (Ver Anexo II, entrevista 14).

³⁰ Como dice Eazy: “Uso todo lo que sea necesario”. (Ver Anexo II, entrevista 3).

Atendiendo a los materiales más usados al realizar estas 25 pinturas analizadas de las tres zonas mencionadas de Valencia, vemos que se repite sobre todo la marca de spray **Montana Colors®94**. La mayoría de estos artistas usan el spray como herramienta fundamental, tan solo hemos observado en tres pinturas que se usen otras marcas como (esmalte al agua Bruger®, spray Ironlak® y Alien®) y solo una de ellas vemos que se ha aplicado a pincel y esmalte al agua, aunque no en todos los casos hemos podido averiguar los materiales empleados.

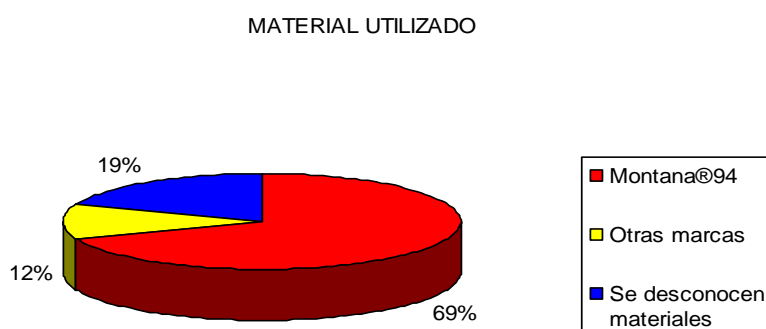


Fig. 15. Bote de spray más usado por los escritores de grafiti.

De todas ellas, **casi la mitad** tienen una capa previa al spray, una **capa de imprimación** con pintura plástica, cada una por motivos diferentes: capa de fondo, para eliminar lo anterior, para quitar las irregularidades de la superficie o por varias razones a la vez.

La mayoría de estos artistas vienen del mundo del grafiti y el proceso aplicado para realizar este tipo de trabajos es similar, aunque con un mayor proceso de elaboración, también dependiendo del diseño y calidad de la obra, además la experiencia y destreza de cada artista es muy importante a la hora de abordar estas decoraciones, ya que algunas veces son capaces de improvisar, e incluso dibujar a mano alzada.

Es importante realizar **el boceto** previo para el lugar donde se va a realizar, sirviendo éste para tener en cuenta el resultado final que presenta. El uso de estos bocetos preparatorios es la primera fase del proceso inicial y creativo donde se fusionan las ideas del artista o del propietario, o ambas a la vez, para ofrecer el mejor resultado posible para el gusto de todos los beneficiados, ya que es importante presentar la idea de una forma profesional para obtener una buena elección.

Según el dibujo, algunos inician de una forma u otra, aunque muchos realizan un proceso de marcaje rellenando las zonas más grandes y luego van detallando poco a poco. A veces, hay trabajos que necesitan ser muy elaborados porque tienen muchos detalles o son muy grandes, entonces recurren a realizar bases, plantillas, marcajes de tipologías según la estética, etc., y se debe adecuar la técnica y los materiales al espacio y a las características que presente la fachada.

Según el soporte aplican un método diferente, muchas veces en persianas suelen pintar con spray directamente, mientras que en el muro, primero se suele blanquear para dar un fondo de base con pintura plástica. También se cambia de técnica dependiendo de si el dibujo consiste en elaborar elementos de pequeño formato, entonces usan lápiz, rotuladores, o bien si es para gran formato, donde siempre utilizan el aerosol, además de otros utensilios como pinceles para pequeños detalles o matices.

Algunos se adaptan a los nuevos medios y materiales del grafiti contemporáneo y utilizan como único medio para trabajar, las plantillas a base de acetatos o cartón de patronaje, también parece ser de gran utilidad, realizar reservas a base de cinta de papel, material auxiliar muy usado por todos.

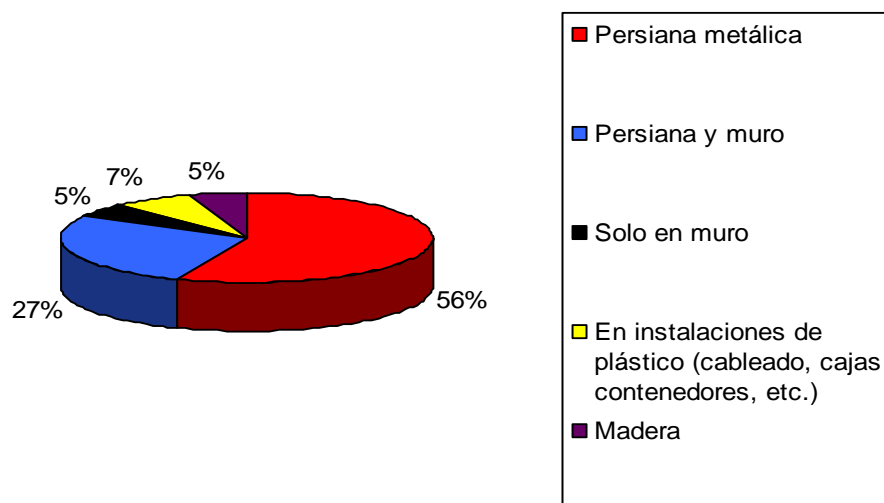


Fig. 16. Plantillas de distintos materiales.

6.3.3. Soportes característicos.

Nos encontramos ante “grafitis comerciales” y al igual que las obras contemporáneas, suelen presentar multitud de soportes de distintos materiales, donde se aplican estas técnicas. Además nos resulta llamativo la capacidad de adaptación que tiene el esmalte sintético a cualquier superficie (metal, muro, madera, plástico...).

SOPORTES DEL ESTUDIO



En relación a los datos obtenidos, podemos decir que en las persianas se encuentran la mayoría de estas pinturas, en otros lugares sin embargo, los encontramos tanto en la persiana como en el muro, destacando el muro de cemento sobre otros como el de ladrillo. Muro y persiana forman un conjunto unitario que dan una visión global y dinámica a la fachada.

Con respecto al tipo de instalaciones que se encuentran por el muro, suelen ser materiales plásticos (como cableado, cajas de contadores, etc.) en pocos de estos se pinta encima ya que su función prioriza antes que la estética, pero hay algunos casos en los que sí. Después encontramos en menor medida otras superficies como madera o solo muro, etc.



Fig. 17. Persiana y muro forman parte del conjunto de la fachada.

Estas decoraciones las podemos encontrar sobre cualquier soporte, pero analizando las fichas realizadas, vemos que sin duda alguna, **el lugar** por excelencia de este tipo de decoraciones es la **persiana metálica**, que las encontramos de diferentes materiales y con una composición muy compleja (suelen presentar un núcleo de hierro con acabados de acero inoxidable o galvanizado, también con recubrimientos en PVC, pre-lacados, de aluminio, etc.) y todas ellas tratadas de diferente forma en su fabricación³¹.

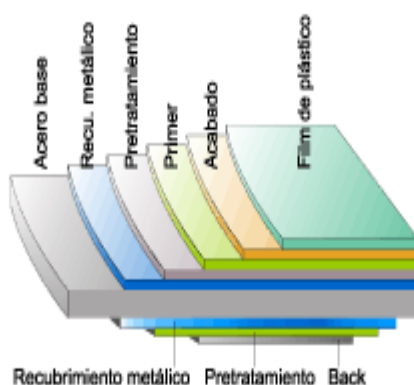


Fig. 18. Esquema del tratamiento de chapa compuesto con chapa de acero pre-lacada con tratamiento anticorrosión.

³¹ Imagen de las capas de una persiana extraída [en línea] Disponible en: <http://www.rolladoor.es/puerta-rolladoor-enrollable-kit-stm.php> [Consulta: 16 mayo 2012]

Estas persianas sufren algunos inconvenientes como por ejemplo, las altas temperaturas que alcanzan expuestas al sol, las vibraciones del sube y baja continuo que producen rozamientos por desgaste y marcas que con el tiempo van provocando grandes lagunas, e incluso la misma composición de la persiana que presenta acabados y remates plásticos pueden afectar a ésta aumentando su mayor deterioro, pero es un factor que debemos tener en cuenta, porque prioriza la funcionalidad de la persiana como puerta de seguridad o cerramiento, antes que su estética.

Cada uno de estos soportes presentan unas características determinadas, como por ejemplo (en cuanto a su permeabilidad, porosidad, sensibilidad térmica, etc.), además sus problemáticas y condicionantes son distintos, también cambia la estética de la superficie (textura, brillo, etc.) para el resultado final, por eso es necesario ver cada uno de ellos por separado.

El metal: es un material que no presenta permeabilidad a la humedad, aunque se puede provocar oxidación si no está tratado adecuadamente, no tiene porosidad alguna y ofrece una textura muy lisa y brillante, aunque hay que tener en cuenta que es importante quitar el galvanizado o restos de fabricación de la persiana o cualquier otro material si fuera necesario para mejorar la adherencia de la superficie. Es importante que siempre haya una capa antes de aplicar el spray y que ésta se encuentre en unas buenas condiciones, para que así, el agarre sea más seguro. Además algunos dibujos realizados en persianas salen mal debido a esos trazos tan irregulares que presenta su superficie.

Ese film de plástico final o acabados que suelen tener las persianas debe presentar buenas condiciones o se deben eliminar para aplicar una capa de imprimación nueva, porque de lo contrario se produciría descohesión y lagunas. Otro factor es el proceso de enrollamiento, se crea un espacio donde se ubica la persiana enrollada, este debe presentar unas condiciones óptimas o puede llegar a provocar numerosos problemas (manchas de grasa, desprendimientos por rozamiento, etc.).

El muro: juega otro papel fundamental en estas decoraciones, este soporte es totalmente fundamental en las fachadas de los comercios. A diferencia del metal este es permeable y con gran poder de absorción, en él se pueden provocar eflorescencias salinas, hongos, manchas de fabricación, etc. Presenta una alta porosidad y sensibilidad a los contaminantes atmosféricos y está expuesto un mayor número de horas comparado con el anterior, ya que aparece inmóvil sobre la fachada.

Es difícil muchas veces a simple vista definir que tipo de muro es, ya que en la actualidad hay mucha variedad en el mercado de tipos de cementos y revocos.

La madera: también se presenta como otra superficie que es pintada con spray, la madera como material orgánico y su propia naturaleza indica, presenta unas condiciones distintas, es decir, parece ser el material más frágil ya que puede envejecer antes y de una forma más rápida, se agrieta con facilidad, además es un material muy poroso y permeable que le puede afectar mucho la humedad y también los cambios de temperatura alterando su tamaño y propiedades físicas, otro problema es que le pueden afectar numerosos insectos y microorganismos, todo ello a pesar de la gran cantidad de tratamientos preparatorios que se le aplican.



Fig. 19. Persiana o puerta de madera.

Los plásticos: también pueden aparecer en estas pinturas a través de alguna instalación pintada o no, que sea de plástico, dependiendo del tipo de plástico tendrá unas características diferentes y por tanto un comportamiento diverso, aunque es destacable la evidente diferencia de porosidad y permeabilidad frente a materiales de carácter inorgánico, como pueden ser los muros y enlucidos de cemento y hormigón.

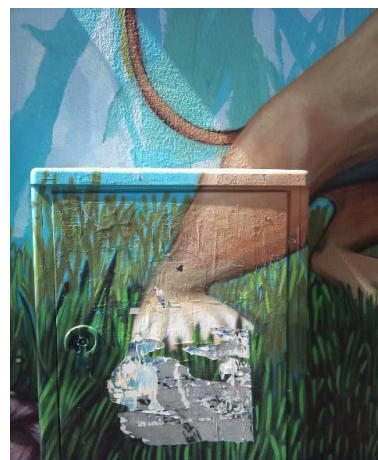


Fig. 20. Material de plástico.

6.3.4. Problemáticas más comunes.

Importante es considerar que problemas se suelen observar en estos “grafitis comerciales”, en relación a sus distintos soportes y el contexto en el que se encuentran para comprender cuál puede ser su comportamiento futuro.

Atendiendo a los deterioros más comunes en general y observando todos los soportes, deducimos que en mayor o menor medida presentan como es lógico, una suciedad generalizada y sobre todo en aquellas zonas de la fachada que presentan irregularidades, donde se acumulan aglomeraciones de polvo y toda clase de partículas, este problema es habitual ya que se exponen a la intemperie y también dependiendo de su ubicación tendrán más cantidad o menos.

A simple vista podemos determinar aproximadamente que deterioros son más frecuentes en nuestras pinturas seleccionadas, a parte de la suciedad, podemos deducir que:

Quizás lo que más afecta a la estética y visión del conjunto de las fachadas son las instalaciones (toldos, aire acondicionado, sistemas eléctricos, etc.) que en ocasiones se colocan después de realizar la pintura y en muchos casos la fachada se ve distorsionada, perdiendo su sentido en algunos casos. Este problema se presenta en más de la mitad de las pinturas estudiadas, teniendo algún tipo de instalación que altera el mensaje estético del conjunto.



Fig. 21. Toldo colocado posteriormente, que dificulta la visión de la imagen.

Además, la mayoría de fachadas presentan manchas de algún tipo, o bien provocadas por restos biológicos de animales, o manchas antropogénicas, ya que al encontrarse expuestas en la calle es normal que se produzcan accidentalmente: salpicaduras, pegatinas, pisadas, etc. o también las provocadas intencionalmente, como las pintadas con (spray, rotulador, incisiones en el muro, etc.).



Fig. 23. Pintadas con spray sobre el muro.



Fig. 22. Manchas provocadas por restos de pegatinas.

Con respecto a las pintadas, casi todas estas pinturas son respetadas, excepto un número reducido de ellas, eso es lo que la mayoría de los propietarios pretenden evitar, además de buscar una estética diferente y publicidad para su negocio.

Por último, el problema de la descohesión y lagunas, que es un tema que merece ser tratado junto, ya que vemos que se produce tanto en persianas como en el muro, pero cada una por razones distintas. En las persianas es más frecuente el problema de la descohesión y levantamiento de la capa pictórica, llegando a provocar muchas lagunas, debido a la acción mecánica que sufren al enrollarse o por otras causas como el efecto de dilatación-contracción que provoca el contacto con el sol. Sin embargo, en los muros, también se observan lagunas y descohesiones debido a otra serie de causas como pueden ser las humedades, los materiales de fabricación empleados o la pintura plástica que no deja respirar a la superficie y estalla provocando grietas. Consideramos que este problema es fundamental y lo debemos evitar, tal vez aplicando una buena capa de imprimación para solventar esta causa de deterioro el mayor tiempo posible, ya que es un factor determinante para la imagen de la obra y porque a causa de ellos puede penetrar todo tipo de sustancias en las capas internas produciendo otros daños.



Fig. 24. Laguna producida en el muro.

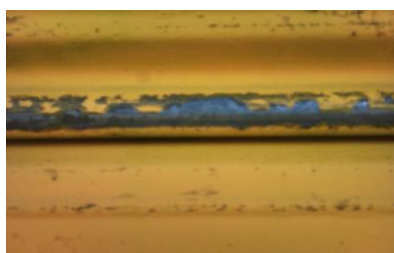
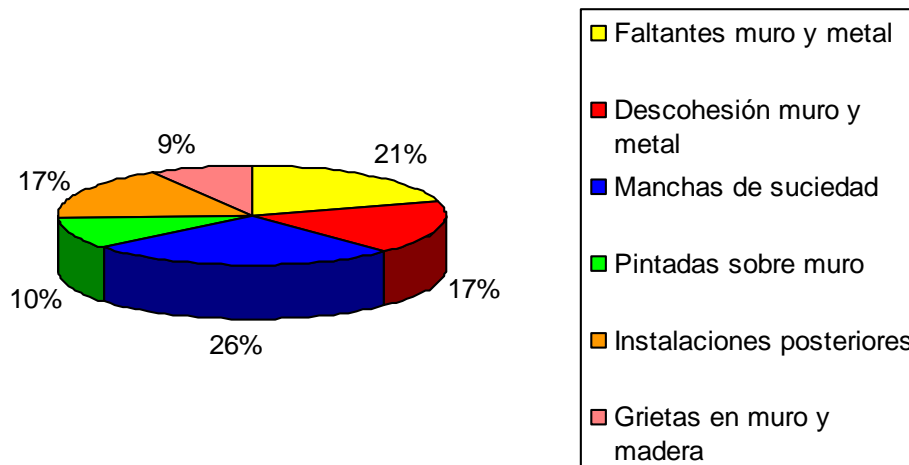


Fig. 25. Descohesión producida por rozamiento en la persiana.

PROBLEMAS MÁS COMUNES



Particularmente lo que hemos detectado en cada uno de estos soportes, es que en las persianas metálicas, su problema más habitual son los **rozamientos** provocados por su función mecánica y utilitaria que forman lagunas de grandes dimensiones, es normal ya que es prácticamente inevitable que no se muevan en ningún sentido, las enrolladas son las más habituales, pero hay alguna excepción que se abren a través de deslizamiento, como el caso de las puertas de algunas cocheras.

También algunos problemas derivan de su exposición a la intemperie, uno de los peores para éstas, es el sol incidente que puede provocar una elevada temperatura en el metal y producir descohesión, por movimientos de dilatación-contracción.

En cuanto al muro vemos que se mancha con más facilidad por su poder de absorción y puede afectar con mayor riesgo la lluvia y la humedad, aunque la capa de pintura se use como aislante, pero no es suficiente ni lo protege por completo. Además la mayoría de estas decoraciones están en los bajos de edificios y muchas de ellas son protegidas por balcones y cornisas de la acción directa del sol y de la lluvia, esto será un condicionante a tener en cuenta, el lugar de ubicación de cada una de ellas.

Además en el muro es donde se encuentran todo tipo de instalaciones que pueden producir orificios y grietas, por tanto son daños provocados por la acción del hombre, y en muchos casos totalmente necesarios e involuntarios.



Fig. 26. Instalaciones eléctricas que provocan daños al muro.

En otro lugar, se encuentra la madera, es uno de los soportes que también nos podemos encontrar en algunos establecimientos, éste presenta unas **características** peculiares, ya que se suele agrietar con una mayor facilidad y su cuidado se debe tener en cuenta.

En resumen, entre todos los factores debemos considerar que nos encontramos por un lado, agentes biológicos que provocan manchas y contaminantes, los agentes atmosféricos como la acción del sol y la lluvia que contribuyen a acelerar la degradación de las fachadas, pero es inevitable atendiendo a que están situadas en el exterior. Pero quizás el problema y las causas que más perjudican a su imagen estética, son las descohesiones y lagunas que se forman por la acción mecánica inevitable del rozamiento que se produce cada día en las persianas, pero sobre todo hay que destacar, la acción del hombre, a través de pintadas o manchas de cualquier índole.

Un dato importante a considerar es que, las persianas no se encuentran todo el día al exterior, solo las horas que los locales permanecen cerrados, es decir, por un lado las persianas producen rozamientos que no tienen los muros ya que estos se encuentran situados inmóviles en su lugar de origen y por otro, que los muros están más expuestos y durante todo el día a los agentes atmosféricos, por tanto será un factor determinante, porque no todos los soportes reciben las mismas condiciones climatológicas ni están expuestos las mismas horas.

En cuanto al problema de las instalaciones, creemos que es uno de los problemas más peculiares en este tipo de "grafiti comercial", muy característico y comprensible, atendiendo a las circunstancias y contexto, estos no solo dañan al muro en su estructura provocando manchas, grietas, etc., sino también perjudican visualmente el conjunto de la pintura.

7. CONCLUSIONES

Cabe decir, que considerando su naturaleza efímera, la cual respetamos y su condición de exposición al exterior, la cuál no podemos cambiar, no es nuestro objetivo ni pretensión conservarlas en un buen estado, sino simplemente, que se usen para las posteriores realizaciones futuras unas medidas precisas para su mejor imagen y mayor durabilidad.

En relación con el objetivo planteado de exponer su importancia, debemos de resaltar sobre todo, ese mensaje publicitario que presentan estas obras, estas fachadas cumplen la misma misión que el cartelismo, anunciando el mensaje que el comerciante quiera sugerirnos, este simple hecho de realizar una pintura de este tipo es para transmitir un mensaje dirigido directo a cualquier ciudadano que camina por la vía pública y llamar la atención intentando decir muchas cosas de una forma innovadora y artística, como por ejemplo, (“aquí vendo tal producto”, o “no me pintes la pared”, etc.).

La realización de un registro técnico nos ha servido para ayudarnos a concluir a grandes rasgos sus circunstancias y contexto. Esta nueva modalidad busca la originalidad y merece ser valorada, la mayoría usan diseños animados relacionados con el negocio o el producto que se vende, pero siempre produciendo una visión artística e intentando que su lado publicitario se presente al público lo más bonito y adecuado posible, además su intención es doble, usado como reclamo publicitario del comercio y del individuo que lo diseña. También vemos que no todos estos trabajos se encuentran en locales comerciales, hay encargos realizados por una comunidad de vecinos para garajes, e incluso, algunas Instituciones importantes, como por ejemplo, **El Jardín Botánico de Valencia**.

Atendiendo a sus particularidades y diferencias con respecto al grafiti es que:

La diferencia entre “grafiti comercial” y otras tipologías, es que éste debe durar por su función, por lo que los artistas deberían preocuparse por la selección de materiales a utilizar y el modo de aplicarlos, no sólo desde el punto de vista estético sino también desde una óptica conservadora. Además, hemos dejado claro que, esta pintura actúa como un mecanismo de carácter promocional, situada en el espacio público al igual que los demás medios de publicidad. Por tanto, está clara su función publicitaria y su similitud con el cartel comercial aunque su estética y procedimiento sea igual al del grafiti.

Otra diferencia es que este “grafiti comercial” pierde su connotación transgresora, y es considerado como pintura mural por muchos motivos que hemos explicado antes. Por tanto, se aparta del grafiti y se convierte en un discurso alternativo, controlado y fácilmente asimilable por la sociedad.

Por último, decir que las técnicas y el modo de aplicarlas son similares a las que se utilizan para otras tipologías de grafiti, sin ser modificadas especialmente por el hecho de que sean murales destinados a perdurar un tiempo más amplío.

En cuanto al objetivo de identificar las técnicas y la aplicación de las más adecuadas para un futuro, diremos que no existe una metodología común para la realización de un grafiti comercial, cada artista o grupo que hemos visto utiliza sus métodos, quizás fuera interesante ampliar la estadística todavía más por otras zonas y por otras ciudades incluso, para descubrir realmente cuáles son los procedimientos más empleados.

Como cualquier obra de arte contemporánea vemos que la multitud de soportes sobre los que se aplica la pintura o spray pueden llegar a ser muy diferentes, por esta razón consideramos necesario que los artistas preparen adecuadamente cada parte, diferenciando los materiales y técnicas más afines.

Puesto que los agentes de deterioro a los que están expuestas estas obras forman parte del entorno urbano habitual y difícilmente pueden ser modificados, consideramos importante, que una vez finalizadas las obras sean protegidas con un material adecuado a la técnica empleada y sus condiciones de exposición.

En este sentido entendemos necesaria la iniciación de una línea de investigación relativa al asesoramiento técnico a los artistas que realizan este tipo de obras, en cuanto a la selección y combinación de materiales más adecuados para la imprimación y protección de sus obras, ya que hemos observado que la pintura plástica no es el material más aconsejable a la hora de realizar una base para estas pinturas. A través de esto se crea otra posible línea de investigación, que dejamos abierta para su estudio en profundidad en un futuro, la cual sería observar las características ideales que debe presentar la superficie de estas pinturas, siendo necesario que las imprimaciones se adapten a la naturaleza del soporte sobre el que se va a aplicar, además se debería tener en cuenta las características y la ubicación de la fachada. Gracias a esta capa de imprimación adaptada, mejorarían las condiciones físico-mecánicas de estos trabajos.

La pintura en spray se presenta sin embargo como un material resistente a las condiciones de exposición previstas, si bien su estabilidad depende también en gran medida, de la casa comercial, de si existe o no una imprimación previa, del material con el que esté hecha, de su ubicación y también del soporte sobre el que está aplicado.

Debemos hacer referencia obligada a los 16 escritores de grafiti que hemos consultado en la realización de entrevistas, y de las 25 fichas de "grafitis comerciales" de estos tres barrios citados de Valencia, y podemos realizar unas conclusiones generales respondiendo a las problemáticas de estas pinturas.

El paso del tiempo influye mucho en la degradación de estas pinturas por sus condiciones de exposición, como es lógico este factor lo podemos afirmar en este trabajo observando como las pinturas que se han realizado años antes presentan el doble de problemas que las demás, ya que las

condiciones de ultravioleta, humedad y contaminación aceleran su envejecimiento, pero también se debe tener en cuenta, otros problemas como materiales mal empleados, la falta de imprimación o realizada inadecuadamente, etc. e incluso la ubicación y el uso que se haga de la pintura, ya que todo esto jugará un papel fundamental en cuanto a su estado de conservación. Aunque en general, el estado de todas ellas es estable gracias al uso de aerosoles y otras técnicas o productos industriales del mercado, algunas presentan también un cierto cuidado en su realización, que a diferencia de los grafiti en muchos casos no sé llegan a tener en cuenta.

Por tanto, con ayuda de la realización de comparaciones y después de la observación directa de todas las fichas, podemos decir que sería interesante sobre todo para los comerciantes y los viandantes de la ciudad ver que merece la pena que se conserven en unas buenas condiciones mientras están expuestas, aunque sea por el simple hecho del goce estético y visual que producen en las fachadas de Valencia.

Hemos observado que se producen notables diferencias de comportamiento entre unos colores y otros, dentro de una misma obra, y en especial entre un tipo de producto y otro. Por ejemplo, en el caso particular de las fichas de los “graffitis comerciales” de Benimaclet, que se hicieron todos a la vez por varios artistas gracias a un evento del barrio, utilizando distintos materiales y ubicados en diferentes sitios, podemos comparar y ver que a pesar de lo recientes que son todos, unos presentan más daños que otros, ya que no solo depende de los materiales, sino de otras causas como las antropogénicas, los agentes externos a los que se someten, etc. Vemos en uno de los muros de una fachada que presenta una gran laguna, curiosamente éste usa otra marca diferente de spray con respecto a los otros de peor calidad, no queremos insinuar nada, tan solo como un dato a reflexionar, pero además en todas las persianas se observan que hay desprendimientos y lagunas debido a la acción mecánica que produce el enrollamiento, como es lógico, en unas más que en otras, según su uso y su tratamiento, o bien porque son de mejor calidad, etc.

Esto nos hace reflexionar sobre los materiales empleados, viendo como juegan un papel fundamental en la durabilidad de estas pinturas, en el apartado **6.3.2** hemos visto que el producto más utilizado es el esmalte sintético en aerosol, en concreto el de la marca **Montana Colors®94**, este ofrece unas buenas garantías con respecto a otros productos como esmaltes sintéticos al agua u otras marcas de spray y se conserva en unas condiciones óptimas respecto a los demás materiales.

Como hemos visto es importante que estas decoraciones se encuentren en un buen estado y el máximo tiempo posible, porque cumplen con una función constantemente publicitaria, aunque sin poder evitarlo, aparezcan y desaparezcan del espacio urbano.

Para concluir, pensamos que el objetivo principal de la mayoría de estas decoraciones murales es la comercialidad, en cuanto a la producción de esta forma de expresión se utilizan técnicas y estilos que se llevan a cotas muy avanzadas, pero sin embargo, sus condiciones de producción y su misma naturaleza efímera como forma artística lo asemejan al grafiti que conocemos.

Esperamos que poco a poco estos trabajos se vayan asimilando dentro de una nueva mentalidad propia de nuestra cultura y que esta nueva concepción, conocida como "grafiti comercial" para algunos, y para otros simplemente una decoración de pintura mural, sea el resultado de una aceptación y reconocimiento, apartándose de esa visión negativa que tiene el grafiti y observándose como una nueva modalidad de expresión artística.

Quizás todas ellas tengan una fecha de caducidad inevitablemente, pero entendemos que, al menos durante su vida útil deberían perdurar sin grandes dificultades por lo que pensamos que es necesario iniciar una línea de investigación que trabaje el asesoramiento a artistas a la hora de seleccionar los materiales y combinaciones más adecuadas a su contexto, permitiendo que su funcionalidad siga viva durante mucho tiempo en el espacio urbano.

8. BIBLIOGRAFÍA

Monografías y Tesis

BERTI, Gabriela. Pioneros del graffiti en España. Editorial Universidad Politécnica de Valencia. 2009. 385 p. ISBN 9788483634141

CANALES HIDALGO, Juan Antonio; CUETO LOMINCHAR, José Luis; MAGRANER GIL, Daniel. ¡De cara a la pared! : imatges de Daniel Magraner sobre el graffiti (i altres textures) de la ciutat de València. Valencia: Editorial UPV. 2007.179 p. ISBN 9788483631096

CANALES HIDALGO, Juan Antonio. "Pintura mural y publicidad exterior. De la función estética a la dimensión pública."Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. Departamento de pintura. Julio 2006.

CASTLEMAN, Craig. Getting up: Subway Graffiti in New York. Cambridge, MA: MIT Press, 1984. 209 p. ISBN 978-0-262-53051-1

CASTLEMAN, Craig. Los Graffiti. Madrid: Hermann Blume, 1987. 109 p. ISBN 978-84-7214-382-1

CHALFANT, Henry; PRIGOFF, James. Spraycan Art. Londres: Thames & Hudson, 2006. 96 p. ISBN 978-0-500-27469-9

COOPER, Martha; CHALFANT, Henry. Subway Art. Londres: Thames & Hudson, 2006. 104 p. ISBN 978-0-500-27320-3

DE DIEGO, Jesús. Graffiti, la palabra y la imagen: un estudio de la expresión en culturas urbanas en el fin del siglo XX. Barcelona: Los Libros de la Frontera. 2000. 265 p. ISBN 8482550357

FERNÁNDEZ ARENAS, José. Introducción a la conservación del patrimonio y técnicas artísticas. Barcelona: Ariel. 1996. 203 p. ISBN 8434465809

FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. El graffiti universitario. Madrid: Talasa ediciones S.L. 2004. 160 p. ISBN 84-96266-02-8

FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. Graphitfragen. Una Mirada reflexiva sobre el Graffiti. Madrid: Minotauro Digital, 2006. 217 p. ISBN 978-84-611-0453-6

GARCÍA POVEDA, José. Pintadas 80 - 90 – 00. Valencia: Editorial UPV. 2006. ISBN 8497059166.

GARÍ, Joan. La conservación mural: Ensayo para una lectura del graffiti. Madrid: Fundesco. 1995. 283 p. ISBN 8481120383

MANCO, Tristan; GANZ, Nicholas. Graffiti: arte urbano de los cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili. Cop. 2004. 375 p. ISBN 842521954X

MAYER, Ralph. Materiales y Técnicas del Arte. Madrid: Hermann Blume Ediciones, 1993. 752 p. ISBN 978-84-87756-17-4

MORA, Paolo; MORA, Laura; PHILIPPOT, Paul. La Conservazione delle Picture Murali. Bologna: Editrice Compositori, 2001. 473 p. ISBN 978-88-7794-279-1

ROTAECHE GONZÁLEZ DE UBIETA, Mikel. Conservación y restauración de materiales contemporáneos y nuevas tecnologías. Editorial Síntesis, S.A. Madrid 2011. 300 p. ISBN 978-84-975672-9-9

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, VICERECTORAT DE CULTURA. Poliniza 2006: festival d'art urbà 2006. Valencia: Editorial UPV. 131 p. ISBN 8477211620

VEINTIMILLA, Ana. Rodant pels carrers de Valencia. Valencia: Editorial UPV. 2008. 192 p. ISBN 9788483632574.

Artículos

FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. "Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio". En: Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 2007, enero-junio, vol.LXII, nº1, p. 111-144, ISSN 0034-7981

Textos electrónicos y Material gráfico en línea

Empresas de grafiti por encargo [en línea] Disponible en: www.plaxtik.com o www.nakamacustoms.com y www.berok.es [Consulta: 02 abril 2012].

Catálogo de productos, fichas técnicas CTS [en línea] Disponible en: <http://www.ctseurope.com> [Consulta: 12 mayo 2011]

Ficha Técnica 94, Hardcore, Alien, Montana Colors® [en línea] Disponible en: www.montanacolors.com/medioAmbiente.php [Consulta: 24 marzo 2012]

Grupo XLF de Valencia. Disponible en: www.xlface.com/soberana/ [Consulta: 01 mayo 2012]

Imagen de las capas de la persiana extraída [en línea] Disponible en: <http://www.rolladoor.es/puerta-rolladoor-enrollable-kit-stm.php> [Consulta: 16 mayo 2012]

Imagen del plano de Valencia extraída [en línea] Disponible en: http://www.valencia.es/ayuntamiento/webs/estadistica/Cartografia/Valencia_barrios.pdf [Consulta: 24 mayo 2012]

Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en: <http://www.laguiago.com/valencia/evento/37486/proyecto-de-jornada-arte-urbano-en--benimaclet-valencia/> [Consulta: 15 Junio 2012]

Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en: <http://www.lasprovincias.es/v/20110222/valencia/provincias-politecnica-crean-concurso-20110222.html> [Consulta: 30 Junio 2012]

Otra noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en: <http://www.urbanity.es/foro/urbanismo-cva/22071-valencia-persianas-comerciales.html> [Consulta: 30 Junio 2012]

9. AGRADECIMIENTOS

Lo primero de todo agradecer a mi familia de todo corazón su ayuda, a mis hermanos mayores por su apoyo y a mis padres por su comprensión. Mención a parte merece mi madre, por ayudarme tanto y en los momentos más difíciles, para seguir adelante y darme ánimo. Gracias a todos de verdad, porque sin vosotros no podría haberme permitido venir y hacer este Máster en Valencia.

También a mis tutoras por su paciencia y ayuda para desarrollar este trabajo conmigo, además de todas aquellas personas que indirectamente han cooperado en este estudio, así como a todos los autores de estas pinturas que me han acogido en sus talleres y me han ofrecido su colaboración y participación.

Por último, considero también que parte de este trabajo es de una persona muy especial en mi vida, gracias Cecilia por tu apoyo y por estar a mi lado mientras lo realizaba, dándome consejos y consuelo cada vez que lo necesitaba.

10. ANEXOS

ANEXO I (Evento: "Benimaclet ponte guapo").

Quizás es un tema todavía un poco subjetivo y que crea muchos puntos de vista y debates abiertos, ya que el grafiti contemporáneo abre muchos otros campos como el nuestro, aunque se desvíe un poco del concepto de grafiti, pero esta claro, que es un tema de gran actualidad, incluso se está creando una moda en expansión por todas partes, sobre todo por las grandes ciudades, e incluso en algunos barrios de estas ciudades se crean eventos o concursos con este tipo de decoraciones murales, como veremos más adelante como ejemplo en el barrio de Benimaclet en Valencia.

*En el año 2011 en este barrio se creó un evento para decorar todas las fachadas de los comercios, se denominó "Benimaclet ponte guapo".

Esto es positivo para nuestro trabajo porque tenemos un número de "grafitis comerciales" en la misma zona y que se hicieron en el mismo día, y podemos hacer comparaciones entre ellos. La noticia dice así:

"Proyecto de Jornada Arte Urbano en Benimaclet"

Desde la Asociación de Vecinos de Benimaclet, con la colaboración de la Asociación de Comerciantes hemos organizado una jornada de arte urbano con el fin de intentar recuperar las persianas que por el incivismo están totalmente deterioradas.

Proyecto de Jornada Arte Urbano en Benimaclet Valencia. Domingo 12 de diciembre a partir de las 10 h. En las Calles Vicente Zaragozá y R. Tramoyeres.

"En ella participaran una veintena de artistas que aportaran su trabajo y propuestas de forma desinteresada y por su parte, los comercios que han accedido a participar ceden sus persianas y pagan el material necesario para realizar los trabajos. El encuentro es un ejemplo más del dinamismo socio cultural de nuestro barrio, que sólo gracias a la acción cívica de los vecinos, hace de Benimaclet un espacio muy especial en nuestra ciudad. La Jornada de Arte Urbano se enmarca dentro de un proyecto más ambicioso que bajo que bajo el lema "Benimaclet ponte guapo" pretende desarrollar diferentes iniciativas que ayuden a mejorarlo³²".

³² Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en: <http://www.laguiago.com/valencia/evento/37486/proyecto-de-jornada-arte-urbano-en--benimaclet-valencia/> [Consulta: 15 Junio 2012]

Las Provincias y la Politécnica crean un concurso de arte urbano

Durante un año, los artistas pintarán las persianas metálicas de cincuenta kioscos de diferentes barrios de Valencia

22.02.11

REDACCIÓN | VALENCIA.

En la iniciativa también colabora el centro de investigación Arte y Entorno.

Un seiscientos de color granate dibujado sobre un fondo gris en el que se adivinan algunas ramas de árbol. Firmado: Julieta. Un vecino del barrio del Carmen acciona el mando a distancia de su garaje y el rechoncho automóvil -junto al nombre de su autora- desaparece poco a poco, al ritmo cadencioso que marca la apertura de la puerta tras la que descansan en perfecta formación un buen puñado de coches.

Todo se puede dar cuando el arte deja de estar limitado por las dimensiones físicas que impone un immaculado lienzo y el artista encuentra en el inconmensurable espacio urbano tanto su inspiración como el soporte para plasmarla.

Un garaje, una peluquería, un colegio... no hay límites. Y desde ahora, también, los kioscos de prensa. Las Provincias pone en marcha un concurso de arte urbano -junto con la Facultad de Bellas Artes de San Carlos, de la Universitat Politècnica de València (UPV) - en el que los participantes pintarán las persianas de cincuenta puntos de venta de prensa de distintos barrios de la ciudad.

Una iniciativa que cuenta también con la participación del centro de investigación Arte y Entorno de la UPV. «La pintura mural estaba muerta y los grafitis la han reactivado de una forma espectacular», señaló Juan Canales, profesor de la Facultad de Bellas Artes.

Para que tenga sentido, la obra «tiene que verse». Por eso hay que elegir el mejor lugar, «estudiando los recorridos cotidianos de la gente». Una vez plasmado el boceto en papel, el dibujo se marca en el escenario escogido, para ir rellenándolo después, darle brillo, perfilarlo... «Es un trabajo arduo que puede llevar alrededor de dos días», destacó Canales. Y en el resultado final, ahora también queda lugar para el disfrute del periódico, no sólo leído, sino dibujado³³.

³³Noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en:

<http://www.lasprovincias.es/v/20110222/valencia/provincias-politecnica-crean-concurso-20110222.html>

[Consulta: 30 Junio 2012]

Las persianas se abren al arte.

Comerciantes y artistas urbanos se alían para decorar negocios en Valencia.

Desde hace algunos años, cada vez más locales de barrios tradicionales de Valencia, sobre todo en El Carmen, mantienen la alegría y el color de los escaparates incluso cuando han echado el cierre tras la jornada laboral. Decenas de comercios han optado por decorar sus persianas bien para que sirvan de reclamo en tiempos de crisis o simplemente para evitar que alguien deje en ellas su huella con un spray. Una alianza entre comerciantes y artistas urbanos a la que Barcelona ha puesto freno, pero que en Valencia se está convirtiendo en una forma de vida para un puñado de artistas.

"Quería algo que quedara bien en el barrio y que fuera sobre mi trabajo", explica María Pilar Álvarez, dueña del quiosco de prensa del número 1 de la calle Alta y pionera a la hora de decorar su negocio cuando está cerrado. "Tenía unas persianas que daban pena, llenas de firmas", explica junto a unos dibujos que dejan claro que lo suyo son los periódicos. Fue hace cinco años y, en cumplimiento de un código no escrito en el que un grafitero no destruye el trabajo de otro, ahí sigue el dibujo. "Hasta la fecha sí me lo han respetado".

"Estaba harta de que me pintaran la persiana", explica Esther Comes, propietaria de la tienda de ropa Taconcitos, también en la calle Alta (24). Al igual que otros comerciantes, comenta que es el mejor método para poner veto a los sprays incontrolados: "Es el motivo por el que lo hace todo el mundo". Y una vez metida en faena, está muy orgullosa del diseño realizado por la artista Julieta, del colectivo valenciano XLF. Un diseño que no pasa desapercibido cuando el negocio está cerrado y cumple a la perfección la función de publicidad y reclamo.

Restaurantes, tiendas de ropa, negocios como la taquería El Burrito y hasta garajes de edificios de viviendas se van llenando en El Carmen de diseños impactantes y dibujos coloridos. Esquemas que hasta hace poco solo se veían en muros de obras y unas cuantas paredes que los artistas urbanos conquistaban en noches de vigilia.

"A nosotros lo que realmente nos gusta es la pintura mural", explica otro artista, también del colectivo XLF y que firma su arte como Sr. Marmota, "pintar persianas nos da la posibilidad de ganarnos la vida, y si pintas en una panadería en realidad es tu diseño, pero lo haces para un cliente". Es decir, una cosa es la afición, la creatividad libre, y otra el negocio: "Si salgo a la calle no voy a pintar un cruasán en toda mi vida".

Para muchos artistas urbanos, pintar en la calle es casi una necesidad, una manera de satisfacer sus impulsos creativos. Cada uno en su estilo, pues no es lo mismo una firma, que un grafiti que una pintura mural. "No se puede meter a todos en el mismo saco, a los que

hacen plantillas reivindicativas, que a los que firman o a los que hacen muñecos...", comenta Carles, conocido como Cesp, también de XLF.

Lo mismo que mientras unos buscan que sea una actividad transgresora otros intentan plasmar su arte donde creen que no hacen daño a nadie.

Pero al tiempo, para unos pocos ha acabado por convertirse en una forma de vida. En un tiempo en el que la sociedad ya no los identifica con unos vándalos. Como ejemplo, el afamado británico Banksy, cuyo arte ha entrado en los museos y que hasta ha rodado una película sobre el arte urbano, *Exit Through The Gift Shop*, filme que por otra parte reconoce la repercusión artística del trabajo de un valenciano, Escif.

"Todo arte transgresor que surge", explica Julieta, "la sociedad intenta absorberlo". Y así se explica que los ocho miembros del colectivo XLF, lo mismo firmen pinturas murales en una bodega de Valdepeñas, decoren las habitaciones y los pasillos del pabellón infantil del hospital Comarcal de Dénia, pongan un toque transgresor en el muro de un instituto de Torreveija o alegren las paredes del garaje de una galería comercial. Al tiempo que llenan de color unas persianas que reclaman la atención en el casco antiguo.

Pero la bonanza que ahora disfrutan los aficionados a la pintura mural es una situación que no disfrutaban en otras ciudades. En Barcelona, con un colectivo mucho mayor, cada vez quedaban menos paredes para crear. Y hace un año surgió una iniciativa, *Persianes Lliures*, mediante la que los comerciantes cedían las de sus comercios, que se transformaban así en lienzos en blanco para que un artista las pintara cada 80 días. Nadie pagaba. Los comerciantes conseguían decoración gratis, y los artistas un enclave para pintar sin infringir ninguna ley.

Marc García Sánchez, diseñador de páginas web y promotor con su hermano graffitero de la iniciativa, cuenta que el proyecto comenzó con modestia en el barrio de Guinardó pero que en unos días contaron con 250 comercios. Todo cambió cuando el Ayuntamiento anunció que multaría a los comerciantes puesto que la pintura mural altera la fachada. Pero la iniciativa ha tenido repercusión y se ha preparado el desembarco en otras ciudades con actividades en Madrid y Valencia.

Sr. Marmota argumenta que en Barcelona la situación (muchos artistas, pocas paredes) es distinta a Valencia, donde se está lejos de recurrir al sistema rotativo de *Persianes Lliures*. "A pintar gratis las persianas no hemos llegado", comenta Julieta, que prefiere, siempre, hacer arte sobre una pared. "Lo que es genial es colonizar, cuando hay un muro nuevo y lo pintas", añade la artista³⁴. **Las persianas se abren al arte - ELPAÍS.com**

³⁴ Otra noticia extraída de la página web [en línea] Disponible en: <http://www.urbanity.es/foro/urbanismo-cva/22071-valencia-persianas-comerciales.html>

[Consulta: 30 Junio 2012]

ANEXO II

MODELO DE ENTREVISTA

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas:

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos?

¿Cuántos años te dedicas a ello?

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra?

¿Cómo te localizó?

¿Son idea tuya o del propietario?

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto?

¿Te ayuda alguien?

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial?

¿Qué materiales usas?

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué?

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

¿Consideras tus obras efímeras?

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible?

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra?

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Hemos realizado 16 entrevistas a escritores de grafiti que han trabajado en este tipo de pinturas, y nos cuentan todas sus impresiones sobre estos trabajos, materiales, técnicas, etc. Aquí veremos todas las entrevistas rellenas por ellos que nos servirán de gran utilidad para comprender esta nueva concepción decorativa.

Han colaborado: Cere, Cesp, Cuellimangui, Deih, Eazy, Jn2, Julieta, Lolo, Monigote, Miedo12, Natxo, Potaje, Rhode Montero, Sr. Marmota, Tiboo y Totu.

ENTREVISTA 1

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Cuellimangui.

¿Has realizado grafiti por encargo? Si ¿Cuántos? 25 aproximadamente.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Desde el 2004.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si.

¿Cómo te localizó? Por facebook o flickr.

¿Son idea tuya o del propietario? Depende.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Siempre.

¿Te ayuda alguien? No pero a veces si.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Boceto, ver el formato del lugar, marcaje pared y spray.

¿Qué materiales usas? Spray, pinceles, etc.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana 94®, para detallar o marcaje Montana allien® mejor trazo.

¿Usas alguna técnica de preparación? No ¿Por qué? Con el spray es suficiente

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

No, forma parte de la calle.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras? No.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

A veces si. De vez en cuando me imponen ideas, etc.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

Grafiti es en la calle, es algo altruista y gratuito, por tanto no.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

Que te condicionan en una idea.

¿Consideras tus obras efímeras? Si

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Me da igual, con la foto me sobra.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Si.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra? Si.

ENTREVISTA 2

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Deih.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos?

El grafiti es ilegal, he realizado muchos encargos de pintura mural. No llevo la cuenta, quizás más de cien.

¿Cuántos años te dedicas a ello?

En 2004 dejé mi trabajo de rotulista y de camarero para dedicarme a la decoración de fachadas e interiores. Desde entonces me dedico casi en exclusiva a ello.

También realizo trabajos relacionados con la ilustración, el diseño y los dibujos animados.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Siempre.

¿Cómo te localizó? Boca a boca.

¿Son idea tuya o del propietario?

Normalmente trabajo a partir de las ideas del cliente, aunque muchas veces según el tipo de negocio propongo algo y suele gustar.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto?

Normalmente sí, presento un boceto compositivo de línea a lápiz sin detallar mucho.

Los remito a mi página web para que vean el nivel de acabado y de calidad que puede llegar a tener, pocas veces hago un boceto de color o con mucho detalle, casi nunca hago una simulación con la foto de la persiana.

Me gusta dejarme las puertas abiertas a las cosas que se me van ocurriendo mientras pinto. Sé por experiencia que siempre mejora el boceto con esas ideas de última hora.

¿Te ayuda alguien?

La mayoría de las veces pinto con alguno de mis compañeros, pero no trabajan en calidad de ayudantes, en ese caso todos somos creativos y ejecutores.

Las veces que no colaboramos en el mismo trabajo, no me ayuda nadie.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial?

Depende del tipo de dibujo comienzo de una manera u otra, aunque suelo esbozarlo directamente en el muro con spray y me dedico a rellenar las zonas más grandes, luego voy acotando, detallando e improvisando sobre lo que se me ocurre, que va a mejorar in situ con respecto al boceto.

¿Qué materiales usas? Pintura plástica y esmalte en spray.

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

Montana colors®, preferiblemente la gama 94.

¿Usas alguna técnica de preparación? Me voy a tomar un café y organizo mis ideas, luego limpio bien la persiana o pared, después pongo cinta de reserva para no manchar los lados.

¿Por qué? El spray se pega como una lapa a cualquier material, si parece que salta la pintura anterior hay que rascarla antes, no doy imprimación de ningún tipo, la misma pintura sirve como tal.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores? Sí y no

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

He tenido problemas de todo tipo, pero soy bastante resolutivo.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo?

Normalmente trabajo las ideas acercándolas a lo que me apetece dibujar en ese momento.

Así que sí que pongo mucho de mi creatividad en cada obra y la mayoría de las veces sí me siento identificado.

¿Te imponen algo? Siempre.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti?

El sol, sobre todo en los tonos rojos y naranjas.

¿Consideras tus obras efímeras? Lo son y de hecho lo serían aunque no lo considerase.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Pues claro.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Me encantaría que alguien se tomase las molestias pertinentes.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Una vez he hecho el encargo, el dueño de esa pieza debe tomar las medidas oportunas. Por supuesto que si lo controlan para ralentizar su envejecimiento, me sentiría halagado, y satisfecho con mi trabajo.

ENTREVISTA 3

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Eazy.

¿Has realizado graffiti por encargo? Si ¿Cuántos? Cien.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Desde el año 1996.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si.

¿Cómo te localizó? Buscándome o por mi ciudad, por el boca a boca o incluso algunos decoradores me llaman.

¿Son idea tuya o del propietario? A veces del cliente

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si.

¿Te ayuda alguien? Depende, si es grande algún colega.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Base, marcaje, diseña plantillas, a veces es necesario marcar tipologías, según la estética.

¿Qué materiales usas? Todo lo que sea necesario.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana Colors®, pintura plástica y alguna vez que me quedo sin algo hasta del "chino".

¿Usas alguna técnica de preparación? Si no hay base si **¿Por qué?** Mejora la superficie y me sirve de fondo.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Si por un lado me importa y por otro no porque te vuelven a llamar (un plus).

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras? Si a la hora de pagar o comentarios de transeúntes.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?
No porque es algo profesional, el grafiti es mío. Normalmente si que imponen.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No para nada.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti? El paso del tiempo, condiciones climatológicas, el tipo de superficie.

¿Consideras tus obras efímeras? Si siempre.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Si siempre, cuanto más lo vea mejor.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Si.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Según quien quiera que se conserve, que no sea para ninguna institución o museo, sino propietario.

ENTREVISTA 4

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Jn2.

¿Has realizado grafiti por encargo? Sí **¿Cuántos?** No me acuerdo, no los contabilizo.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Desde 2005, no es una actividad profesional continuada.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si **¿Cómo te localizó?** Depende, me ven pintando en la calle, por algún conocido...

¿Son idea tuya o del propietario? Suele ser del propietario

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si. **¿Te ayuda alguien?** No

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Si es una persiana pinto directamente con spray, si es un muro, primero blanqueo, marco y pinto.

¿Qué materiales usas? Pintura en spray.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana Colors®: 94 y Hardcore.

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué? Depende, si lo hago, es pintura plástica para tapar lo anterior, tener un fondo homogéneo...

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores? No entiendo la pregunta.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras? No.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? No ¿Te imponen algo? Sí, el encargo en sí mismo está impuesto por el propietario.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No, es un encargo que depende de la opinión y gusto de la persona que lo encarga, sería más como pintura mural realizada con la técnica de la pintura en spray.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti? Los efectos climatológicos sobre mis obras.

¿Consideras tus obras efímeras? Sí, hasta que se le plantee solución.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Claro.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Sí, por supuesto, siempre y cuando sea una persona cualificada para ello no tengo ninguna objeción en que se ejecuten labores de conservación en mi obra.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra? Si.

ENTREVISTA 5

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Julieta o Julieta. xlf.

¿Has realizado graffiti por encargo? Sí ¿Cuántos? Muchos, no sé.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Desde 2006 más o menos.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Sí ¿Cómo te localizó? Por email o teléfono a través de Internet o por el boca a boca.

¿Son idea tuya o del propietario? Normalmente mía.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Sí ¿Te ayuda alguien? Suelo trabajar en equipo o sola según el proyecto.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu graffiti comercial? Primero lo dibujo con aerosol en exterior y con lápiz en interior si es pequeño formato, para gran formato siempre con aerosol.

¿Qué materiales usas? Aerosol, pintura plástica, rotuladores, cinta de pintor.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. MTN para aerosol, posca para rotulador y la pintura plástica monocapa.

¿Usas alguna técnica de preparación? Normalmente no ¿Por qué? Suelo pedir que esté la pared lista.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

No, cuento con ello.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras? No.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? Generalmente sí **¿Te imponen algo?** Depende, a veces temática o gama cromática, otras veces me dan libertad total.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial? No entiendo la pregunta.

¿Consideras tus obras efímeras? Sí.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? No necesariamente, me gusta que sea efímero.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Por qué no.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?
Me da un poco igual.

ENTREVISTA 6

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Monigote.

¿Has realizado grafiti por encargo? Sí ¿Cuántos? Unos veinte.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Ocho años.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Normalmente sí. **¿Cómo te localizó?** Por Internet.

¿Son idea tuya o del propietario? Normalmente es una mezcla de las dos ideas.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Sí ¿Te ayuda alguien? No

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Spray.

¿Qué materiales usas? Pintura en spray.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana Colors®

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué? Limpiar previamente la persiana con una escoba para quitar el polvo, de esta manera la pintura se adhiere directamente al metal de la persiana.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores? No, me adapto.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

Altura, no tenía escalera suficientemente alta.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

No siempre, de hecho hay obras que no me gustan nada pero al propietario del negocio le encantan.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? Sí.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial? La falta de organización entre escritores, vecinos y ayuntamientos.

¿Consideras tus obras efímeras? Y tanto...

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Si, ya que me ha costado un tiempo.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Si existe y es barato, ¿por qué no?

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra? No estaría mal...

ENTREVISTA 7

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Potaje.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos? En lo que va de año dos.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Pinto con spray desde 2001, pero los encargos han sido casi inexistentes.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si

¿Cómo te localizó? Teléfono.

¿Son idea tuya o del propietario? Del propietario.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si

¿Te ayuda alguien? No

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Sigo el mismo procedimiento que pintando un cuadro, empiezo con manchas grandes de color y luego voy detallando.

¿Qué materiales usas? Spray y pintura plástica.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Normalmente Montana® y Montana cans.

¿Usas alguna técnica de preparación? No **¿Por qué?**

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores? Si

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras? No

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

Solo me siento identificado si tengo libertad total respecto a la temática y estilísticamente.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No, lo considero decoración o pintura mural, el que este hecha con spray no lo convierte en graffiti, no deja de ser un trabajo realizado por encargo.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial? La exposición al sol y que le pinten algo encima, además del deterioro normal del muro.

¿Consideras tus obras efímeras? Los murales si.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Si, solo en el caso de que me sienta identificado con el, si por el contrario es un trabajo en el que me han impuesto el estilo me da igual su conservación.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Depende de lo satisfecho que me haya quedado con la obra.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra? No.

ENTREVISTA 8

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Rhode Montero.

¿Has realizado grafiti por encargo? Si ¿Cuántos? Más de veinte encargos.

¿Cuántos años te dedicas a ello? En 1999 comencé a pintar grafiti pero profesionalmente desde 2001.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Siempre. ¿Cómo te localizó? Mi Blog, persona que conozco mientras pinto un grafiti en la calle, por medio de la universidad, por festivales de grafiti.

¿Son idea tuya o del propietario? Depende del trabajo, hay veces que la idea de lo que quiere en el local/casa/muro es del propietario y otras hay carta blanca para pintar lo que desees.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si y un dossier de obras anteriores.

¿Te ayuda alguien? No.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Manchas grandes de pintura plástica y luego línea con spray.

¿Qué materiales usas? Pintura plástica, Pintura en spray, rodillo, escalera, cubos, brochas, agua, pértiga...

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

Marca de spray Montana Colors® y pintura plástica Tkrom®.

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué?

Aplico una base de color con pintura plástica para preparar el muro.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores? Si.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

Si muchos, desde juicios hasta caídas desde un andamio con fracturas de huesos.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo? No, depende del encargo/cliente.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también? No.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

La desconfianza de la gente que piensa que es malo.

¿Consideras tus obras efímeras? Siempre.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? No.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? No, perdería es significado del grafiti el cuál es efímero.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra? No.

ENTREVISTA 9

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Tiboo.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos? Pues no se...24.

¿Cuántos años te dedicas a ello?

El primer grafiti lo pinté a los trece años. Comencé a pintar por encargo hace unos siete años, pero más en serio los últimos cinco.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? A veces sí, otras no. **¿Cómo te localizó?** A través de conocidos.

¿Son idea tuya o del propietario?

Suele ocurrir que el propietario tiene una idea o un tema en la cabeza y tú lo interpretas a tu manera. Otras veces tienen algo muy difuso o abstracto en mente o tienen clarísimo que quieren que hagas la foto de un Dos Caballos del año 83. Supongo que, sea cual sea el tema, siempre intentas crear una composición que funcione para ti y también para el que te hace el encargo. Eso es lo difícil

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si.

¿Te ayuda alguien? Normalmente no, pero a veces trabajo con otra gente.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial?

No entiendo la pregunta muy bien. A partir del boceto encajo la imagen en la pared y comienzo el proceso de línea, color, texturas, como si fuera un lienzo pero brutal.

¿Qué materiales usas?

Spray, pintura plástica, rodillos, pinceles, brochas, de todo.

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

Montana Colors® (MTN).

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué?

Depende del trabajo. Normalmente intento que la superficie este limpia y ya está. A veces es imprescindible imprimir la pared, otras no. En alguna ocasión he tenido que rascar absolutamente todo e incluso aplicar una capa de un producto que facilita el anclaje de la pintura.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Como es natural, me gusta que la obra se vea bien. Pero cuando pintas en la calle tienes que componer con elementos intrínsecos al lugar, incorporándolos de alguna manera muchas veces. La calle no es un museo, está viva, va cambiando, en esa naturaleza radica su atractivo. Todo el mundo ve tu trabajo y – aunque a veces fastidie- cualquier persona puede expresarse encima de él, luchar contra eso supongo que no tiene sentido. Sería genial que cuando alguien dibuja o escribe algo en la pared lo hiciera con algún pequeño sentido: divertido, irónico, poético, subversivo, que aporte algo al caminante...pero no siempre es así.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

No en especial, superficies viejas o sucias, demasiado absorbentes (o demasiado poco). Yo trabajo más a gusto sobre una pared que sobre una persiana metálica o una furgoneta, por ejemplo.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

A veces consigo que sea así, otras no. En el caso del Botánico de Valencia fue genial porque me dieron libertad total. Me proponían un tema: El Año Internacional de los Bosques, el cual yo debía interpretar a mi manera, incorporando algunos elementos como rótulos y cosas así. Elaboré el proyecto y les presenté un boceto para que ellos dieran el visto bueno.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

Yo creo que no. Un encargo es un trabajo que alguien te propone y tú aceptas para ganarte la vida. Un grafiti es cuando a alguien se le pasa por la cabeza una idea y la plasma en forma de letras, dibujos o garabatos en una pared, dotando al espacio público de su significado original. El que habita de verdad en la ciudad la hace suya, y no se deja avasallar por las ciudades-escenario, las ciudades-escaparate o las ciudades-anuncio.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial? No se. Ninguno en concreto.

¿Consideras tus obras efímeras? Si

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible?

Me gustaría que se conservara pero no lo pretendo. Lo bueno es que la ciudad te hable porque las paredes cambian y te sorprenden.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra?

Bueno, si los que lo encargaron lo deciden así pues me parece bien, aunque creo que lo mejor es que cada cierto tiempo se renueve.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

No se muy bien que contestar a esta pregunta. Supongo que si llega un momento en el que la obra ya esta muy deteriorada, lo mejor es que se pinte otra. Reconozco que hay algunas obras por ahí que me gustan tanto que desearía que se conservaran (entiéndase que nadie las machacara) porque se integran de tal manera o dialogan tan bien con el espacio que Ese es su lugar. Cuando es así, forman parte de la piel de la ciudad y cambian con ella.

ENTREVISTA 10

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Totu.

¿Has realizado grafiti por encargo? Si ¿Cuántos? Treinta.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Cinco años.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si normalmente.

¿Cómo te localizó? Lllaman boca a boca, tarjetas.

¿Son idea tuya o del propietario? Depende.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Si.

¿Te ayuda alguien? Si, somos un grupo (novamascrew).

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Imprimación bote como base, se marca y pintas.

¿Qué materiales usas? De todo tipo de plástica, botes, plantillas, cinta, hasta escaleras.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana Hardcore y 94®. Lo que pilles.

¿Usas alguna técnica de preparación? Base ¿Por qué? Para superficie uniforme.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Si los tags.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

En trato con el cliente a veces si.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

Nunca, es trabajo del cliente nunca es tuyo ni te gusta.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

No, es un trabajo que te lo piden, es como rotulación lo veo así.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial? Los tags, las platas, el subir y bajar persiana

¿Consideras tus obras efímeras? Persianas no, grafiti mío sí.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Sí.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Depende del cliente, por mí sí.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Sí es mío no, no me importa si no es mi grafiti de calle no.

ENTREVISTA 11

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: depende, Cesp o Careless.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos? No sé, unos 30-35.

¿Cuántos años te dedicas a ello?

Pues el primer trabajo que hice por encargo lo hice en 1997, en el kiosco de los padres de un amigo. Pero, dedicarme de manera profesional, unos cinco o seis años.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Normalmente sí.

¿Cómo te localizó?

Pues unas veces es el boca a boca, otras veces es por ir a ofrecerse a los propios comercios, y otras por el número de teléfono que dejo en algunas obras.

¿Son idea tuya o del propietario?

Pues depende, algunas veces te dejan libertad creativa, otras te orientan de una idea que tienen y otras te dan un dibujo y te dicen que lo quieren igual.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto? Siempre.

¿Te ayuda alguien?

Normalmente no, a no ser que sea un trabajo compartido con otro compañero.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial?

Suelo utilizar plantillas para realizar todos mis trabajos.

¿Qué materiales usas?

Acetatos o cartón de patronaje, un cúter, un metro y cinta de papel.

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

Montana 94®.

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué?

Bueno, como preparación entiendo que es, en mi caso, todo el trabajo previo de recorte de las plantillas.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Bueno, es algo que siempre molesta, pero hay veces que es inevitable.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

Bueno, algún que otro problema técnico siempre solventado, pero no, ningún problema destacable.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

Bueno, siempre que haces un trabajo dejas algo tuyo en esa pared o persiana. Las imposiciones del cliente son imposiciones de la persona que te va a pagar, y que por lo tanto debe quedar satisfecha con el trabajo.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

Bueno, es un debate abierto, pero no, no creo que sea grafiti. Es hacer un trabajo por encargo, y la esencia del grafiti no es esa. NO es grafiti simplemente por que se usen los mismos materiales.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

No entiendo muy bien la pregunta, cuando trabajo por encargo no es grafiti, y ya hace tiempo que no hago acciones en la calle.

¿Consideras tus obras efímeras?

Bueno, las que están realizadas en la calle sí, es inevitable. Las que son por encargo, en un principio, tienen que aguantar bastante tiempo, pero ahí la decisión es del dueño del comercio y de lo que quiera hacer con ella.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Por supuesto.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra? Por qué no...

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Algunas veces sucede, que te llaman para retocar los desperfectos que el paso del tiempo pueda haber ocasionado.

ENTREVISTA 12

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Miedo 12.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos? No sabría decirte, sobre unos cien.

¿Cuántos años te dedicas a ello? Empecé en el 98.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Si es una tienda o no me gusta no lo suelo firmar pero cuando es por mi cuenta siempre.

¿Cómo te localizó? Suelo actualizar el flickr a menudo, www.flickr.com/miedo12 y sino por el mail miedo12@gmail.com.

¿Son idea tuya o del propietario?

Siempre son propias, salvo excepciones de iconos clásicos del grafiti o interpretaciones propias mías. La gracia del grafiti es tener un estilo personal y propio.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto?

A veces sí... pero por lo general no hay un sistema de trabajo definido la verdad, sueles hacer un boceto de las letras o algo orientativo para los muñecos pero a veces llegas al muro y lo primero que se te ocurre.

¿Te ayuda alguien?

Hay que matizar la pregunta. No es lo mismo hacer una pieza simple o una master piece que un mural. Quiero decir una pieza simple o una master siempre las hago solo, fondo, muñecos y pieza.

Pero cuando realizas murales conjuntos con más personas, lógicamente cada miembro realiza su pieza (grafiti) y sus muñecos, aunque esta claro que a veces se puede hacer solo.

Depende siempre del fin que tengas, si quedas con unos amigos para pintar algo de pachanga pues lógicamente todos blanqueamos del mismo color o una persona lo blanquea todo y luego sobre la marcha alguien o entre todos nos ponemos para hacer algo de fondo y unirlo.

Todo depende del fin que uno pretenda.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Siempre con spray y a mano alzada alguna vez, utilizas cinta de carroceros porque el brazo no llega. Si se utiliza otro medio a mi entender no es grafiti, es pintura mural.

¿Qué materiales usas? Spray.

Marca y tipo de spray o pintura que usas.

Mtn 94 (Esp), Montana gold (Alemania), Montana black (Alemania), belton, clash. Lo que haya en el sitio donde vas pero siempre aerosol orientado al grafiti.

¿Usas alguna técnica de preparación? ¿Por qué? Ninguna, hay esta la gracia, a pelo... si sale mal se repite.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Una vez que este acabada y tenga la foto me da igual, el grafiti nunca puede ser eterno y si cambia u otros escritores pintan encima, se pinta encima otra cosa.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

Siempre sale algo, desde un vagabundo borracho que te increpa, personas a las que no le gusta, problemas con otros escritores por pintar en sus spots, por problemas de ego y otras cosas que no procede poner.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

Es un encargo, no me siento identificado lo más mínimo, lo hago por dinero. La gracia del grafiti es pintar lo que quieras y como quieras con spray por eso no suelo firmar los encargos.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

No tiene que ver tanto el encargo, lo que quiero decir es que el grafiti lleva una subcultura que no tiene nada que ver con el rap. Es decir tiene sus propias normas y valores estéticos.

Si a ti te pagan por hacer una pieza en un local, lógicamente es grafiti, o si te pagan para ir a una exhibición y pintar en paneles, es grafiti aunque no es del todo.

A mi me importa más la estética y la técnica con la que se realiza, por técnica me refiero a la forma de utilizar el bote, no a pegar papeles o poner plantillas.

Pero por lo general en España, piensan que los escritores de grafiti somos rotulistas, por ese motivo es muy difícil encontrar un buen encargo donde te dejen ser un writer.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

En cuanto a su durabilidad, el sol, las humedades, los niños de la nueva generación que no se han criado con las normas del grafiti y no tienen ni idea, lo cual lleva a una falta de respeto hacia los mayores.

¿Consideras tus obras efímeras? Por supuesto.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible?

No sé que decirte, lo cierto es que me gustaría que se conservase igual que cuando acabe, pero perdería su esencia al no ser efímero.

Tiene su encanto ver piezas antiguas que todos respetamos, ver ese paso del tiempo le da carácter y te hace darte cuenta del mismo paso del tiempo.

Además algo así supondría menos sitios para pintar, lo cual supondría más problemas con los escritores por los sitios puesto al no ser efímero el único que podría quitarlo sería el propio escritor.

Supongo que me gusta que sea como es, pero que hubiese una mejora de la pintura y que proporcione un poco más de durabilidad.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra?

Creo que cuando dejase de pintar si me gustaría, pero de momento no, para el recuerdo ya tengo una foto. Básicamente es por el hecho de poder o no poder pintar encima.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Si pero el problema radica en que muchas veces esta hecho de forma ilegal, y si ese control se realizase, controlarían al escritor, lo cual no sería aconsejable.

ENTREVISTA 13

(Entrevista realizada en conjunto al grupo SIXHANDSTUDIO, formado por Cere, Lolo y Natxo).

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmáis: SIXHANDSTUDIO (Natxo, Lolo, Cere)

¿Habéis realizado grafiti por encargo? Si ¿Cuántos? Veinte aproximadamente.

¿Cuántos años os dedicáis a ello? Tres años.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmáis la obra? Si.

¿Cómo os localizan? Nosotros mismos preguntando o nos llaman mientras estamos trabajando.

¿Son idea vuestra o del propietario? Casi siempre nuestra.

¿Le enseñáis antes dibujo previo o boceto? Si.

¿Os ayuda alguien? El Grupo.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboráis vuestro grafiti comercial? Depende de lo que nos encontremos, si hay algo le aplicamos una base.

¿Qué materiales usáis?

Montana 94®, esmalte acrílico al agua, si esta jodida pintura plástica y dependiendo de los clientes, algunas plantillas, pinceles, cinta de carroceros para reservar, etc.

Marca y tipo de spray o pintura que usáis.

Montana®, esmalte Titán® o Bruger®, pintura plástica Tkrom® o Petrex®.

¿Usáis alguna técnica de preparación? Si ¿Por qué? Corregir deterioros o corrección del color.

¿Os importa que vuestra obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Si, que firmen encima o los famosos tags.

¿Habéis tenido alguna clase de problema en la realización de vuestras obras?

La policía para pedir documentación.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Os sentís identificados con la obra que habéis realizado por encargo? ¿Os imponen algo? Si porque esta limpio, "guapo". Algunas veces imponen pero normalmente no.

¿Creéis que "por encargo" se puede considerar grafiti también?

Asocian el negocio a la pintura a parte de bonito que sea útil.

No porque el grafiti es un concepto más que una simple forma de trabajar, solo se relaciona por el bote, por su metodología de trabajo pero es más que eso, que una simple forma de trabajar.

Es un concepto, para nosotros estos trabajos son pintura mural.

¿Qué problemas pensáis que más afectan a vuestro grafiti comercial?

Depende del lugar donde se encuentre se deterioran más o meno la pintura, pero las firmas.

¿Consideráis vuestras obras efímeras?

Si totalmente, son del propietario, hasta el propio negocio es efímero, quizás se cambia hasta el negocio, etc.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Os gustaría que vuestro grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible? Depende de otros, pero si.

¿Permitiríais que a vuestro grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra?

Depende del propietario, por nosotros si.

¿Os gustaría que se controle el estado de conservación de vuestra obra?

Nos da igual, para nosotros es bueno, porque es una forma de reconocimiento.

ENTREVISTA 14

DATOS DEL AUTOR

Nombre con el que firmas: Sr. Marmota.

¿Has realizado grafiti por encargo? ¿Cuántos?

Si, es mi forma de ganarme la vida. Muchos he perdido la cuenta.

¿Cuántos años te dedicas a ello?

Pintado unos quince años imagino, haciendo encargos unos cinco años.

CONCEPCIÓN DE LA OBRA

¿Firmas la obra? Siempre. **¿Cómo te localizó?** Muchas veces un trabajo genera otro, otras veces por la web y otras el boca a boca.

¿Son idea tuya o del propietario?

Suele ser un pacto entre lo que necesita el cliente y lo que necesito yo para sentirme orgulloso de mi trabajo.

¿Le enseñas antes dibujo previo o boceto?

Siempre preparo unos bocetos muy completos, incluyendo una integración del diseño en la pared o persiana para que el cliente vea exactamente cual va a ser el resultado final.

¿Te ayuda alguien?

Según, a veces el trabajo es individual y otras lo comparto con algún compañero, creando un diseño hijo de los dos.

ASPECTOS TÉCNICOS

¿Cómo elaboras tu grafiti comercial? Solo trabajo con plantillas y con reservas.

¿Qué materiales usas? El spray es mi principal herramienta de trabajo, pero si es un muro liso también uso la pintura plástica, acetato o cartón para las plantillas y desde luego unos cuantos rollos de cinta carrocera siempre están en mi bolsa de trabajo.

Marca y tipo de spray o pintura que usas. Montana 94®, es una pintura mate con gran capacidad cubriente, que da unos acabados muy limpios

¿Usas alguna técnica de preparación? Al trabajar con gran variedad de clientes siempre hay una fase de documentación sobre la ocupación del cliente. **¿Por qué?** Para entender bien las características del negocio y así encontrar también la inspiración.

¿Te importa que tu obra se vea dañada por instalaciones u otros factores?

Cuando realizo un trabajo me gusta que por lo menos dure perfecto unos dos años. Si luego se estropea me suele dar bastante igual, estoy acostumbrado a que los murales en la calle tengan fecha de caducidad.

¿Has tenido alguna clase de problema en la realización de tus obras?

Si pero siempre han sido problemas con intermediarios o amantes de la burocracia. Puedo decir con orgullo que todos mis clientes han acabado felices con el trabajo.

FINALIDAD DE LA OBRA

¿Te sientes identificado con la obra que has realizado por encargo? ¿Te imponen algo?

Claro, todos hemos de estar contentos pero siempre se ha de notar que yo estoy detrás del trabajo.

¿Crees que “por encargo” se puede considerar grafiti también?

Para nada, el grafiti no entiende ni de dueños ni de amos.

¿Qué problemas piensas que más afectan a tu grafiti comercial?

Ninguno en especial, en valencia se respetan los trabajos de los compañeros, y no entramos en competencia directa con ningún otro gremio.

¿Consideras tus obras efímeras?

Si, en la calle las obras nacen y mueren y es algo que me parece totalmente coherente con la dinámica de la calle.

CONSIDERACIONES EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN

¿Te gustaría que tu grafiti comercial se conservara en unas buenas condiciones y el máximo tiempo posible?

No especialmente, hay algunos trabajos que si me gustaría que perduraran más, pero no es una obsesión.

¿Permitirías que a tu grafiti comercial se le aplique algún producto para salvaguardar la obra?

Tranquilamente, si el cliente quiere que dure lo máximo posible es su decisión y me parece bien pues es el propietario de lo que le pinte.

¿Te gustaría que se controle el estado de conservación de tu obra?

Por mi parte no tengo especial interés, depende del cliente y de su perspectiva del asunto.

ANEXO III
MODELO DE FICHA

Comitente:

Localización:

Autor:

Año realizado:

Soporte: persiana muro ambas otros

Ubicación: buena mala muy mala

Preparación previa: SI NO

Marca spray, pintura acrílica, etc.:

Marco: original nuevo

Idea inicial dibujo: artista propietario ambos

¿Se puso en contacto con autor por? conocido empresa otros

Materiales empleados:

Observaciones:

ANEXO IV

FICHAS DE LAS PINTURAS SELECCIONADAS

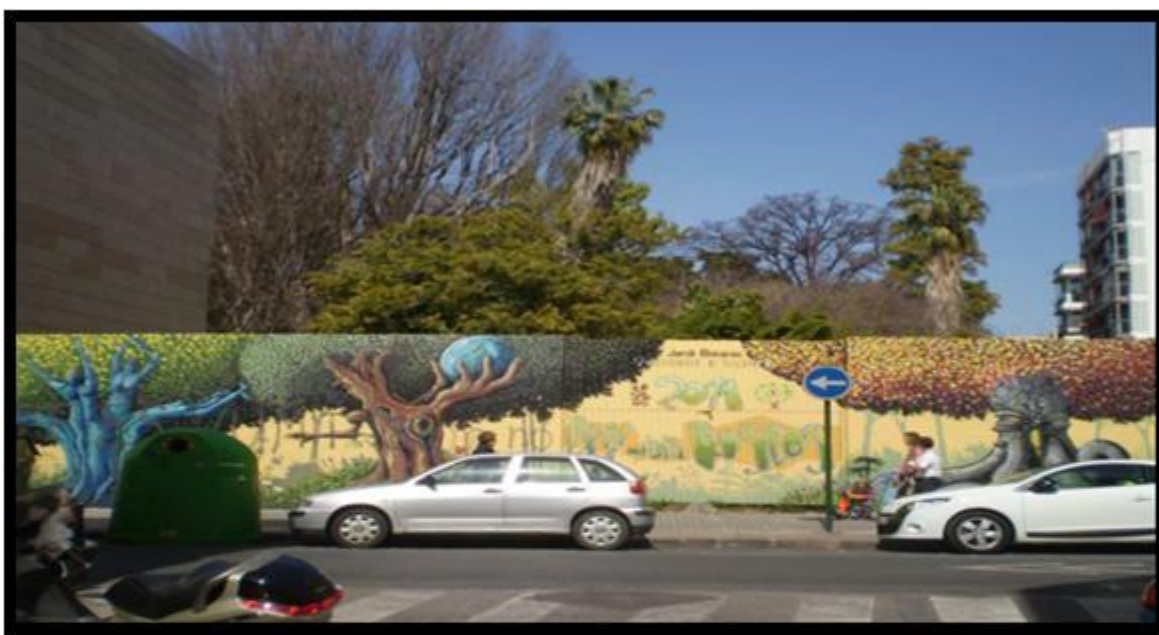
Aquí se encuentran un total de 25 fichas con fotos en cada una de ellas, estas pinturas se ubican en los tres barrios citados anteriormente, incluidas algunas excepciones porque se encuentran en los alrededores.

Gracias a ellas tenemos una visión general de algunos ejemplos representativos en la ciudad de Valencia, que nos sirven para reflexionar sobre los materiales utilizados, las técnicas de uso, los soportes habituales y los problemas que presentan, a partir de todo esto, nos planteamos una serie de soluciones que nos sirvan para su mejor realización futura, y así solventar algunos de sus problemas y alargar su durabilidad y resistencia a los agentes externos.

Comenzamos por pinturas del barrio del Carmen y alrededores, después vemos la zona de Benimaclet, muchos realizados gracias al evento citado anteriormente y por último, pinturas localizadas por zonas universitarias que se encuentran dispersadas por algunos barrios, como hemos visto en las imágenes del apartado de metodología.

FICHA Nº 1

COMITENTE: Jardí Botànic de Valencia.	MATERIALES: Imprimación con pintura plástica PETREX®, spray MONTANA COLORS®.
LOCALIZACIÓN: C/ Quart, nº 80	ESTADO DE CONSERVACIÓN: Pintadas, grietas del muro, restos biológicos.
AUTOR: Tiboo	OBSERVACIONES: Esta pintura forma parte del conjunto, no se puede entender sin su contexto original.
AÑO REALIZADO: 2011	
SOPORTE: Persiana metálica y muro de cemento.	



FICHA Nº 2

<p>COMITENTE: Quiosco "Las Provincias".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Alta, Nº 1</p> <p>AUTOR: Sr. Marmota y Xelön.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2008</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Spray MONTANA 94®, cinta de carrocerero, plantillas...</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Concavidades debido a su vejez, desprendimientos, lagunas, oxidación del metal.</p> <p>OBSERVACIONES: Persianas muy usadas, desde el año 1996. Se tuvo que limpiar la suciedad con rasqueta, las marcas y desniveles, pegatinas, grasa.</p>
--	---



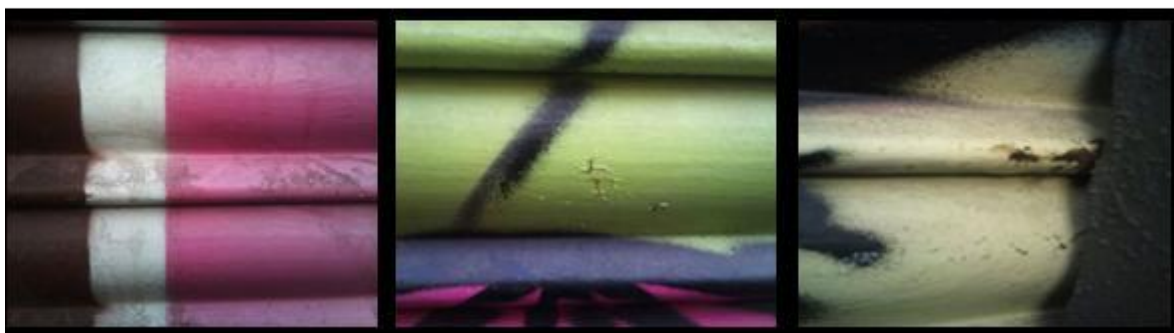
FICHA Nº 3

<p>COMITENTE: Cochera</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Guillem de Castro, Nº125</p> <p>AUTOR: Sr. Marmota y Cesp.</p> <p>AÑO REALIZADO: Mayo del 2008</p> <p>SOPORTE: Persiana de lamas de madera.</p>	<p>MATERIALES: Spray MONTANA 94®, cinta carrocera, plantillas...</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Presenta multitud de desprendimientos y de grietas.</p> <p>OBSERVACIONES: Es de madera, muy fácil de pintar.</p>
--	---



FICHA Nº 4

<p>COMITENTE: Zapatería "Taconcitos".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Alta, Nº 24</p> <p>AUTOR: Julieta</p> <p>AÑO REALIZADO: 2010</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Fue a mano alzada (poca plantilla), Spray MONTANA 94®, cinta carrocera, pinceles, etc.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Presenta rozaduras, manchas de diferente tipo, algunas lagunas oxidadas.</p> <p>OBSERVACIONES: Las persianas se encuentran en dos calles diferentes.</p>
--	--



FICHA Nº 5

<p>COMITENTE: Peluquería "Marisa Ramón".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Alta, nº 34</p> <p>AUTOR: Cesp.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2011.</p> <p>SOPORTE: Persiana o puerta de madera.</p>	<p>MATERIALES: Spray MONTANA 94®, plantilla, cinta carrocera, rotulador 94 para los huecos de la plantilla.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Desprendimientos por el roce, sobre todo en la cerradura. Restos biológicos y manchas.</p> <p>OBSERVACIONES: La puerta ya estaba pintada con un producto marrón.</p>
--	--



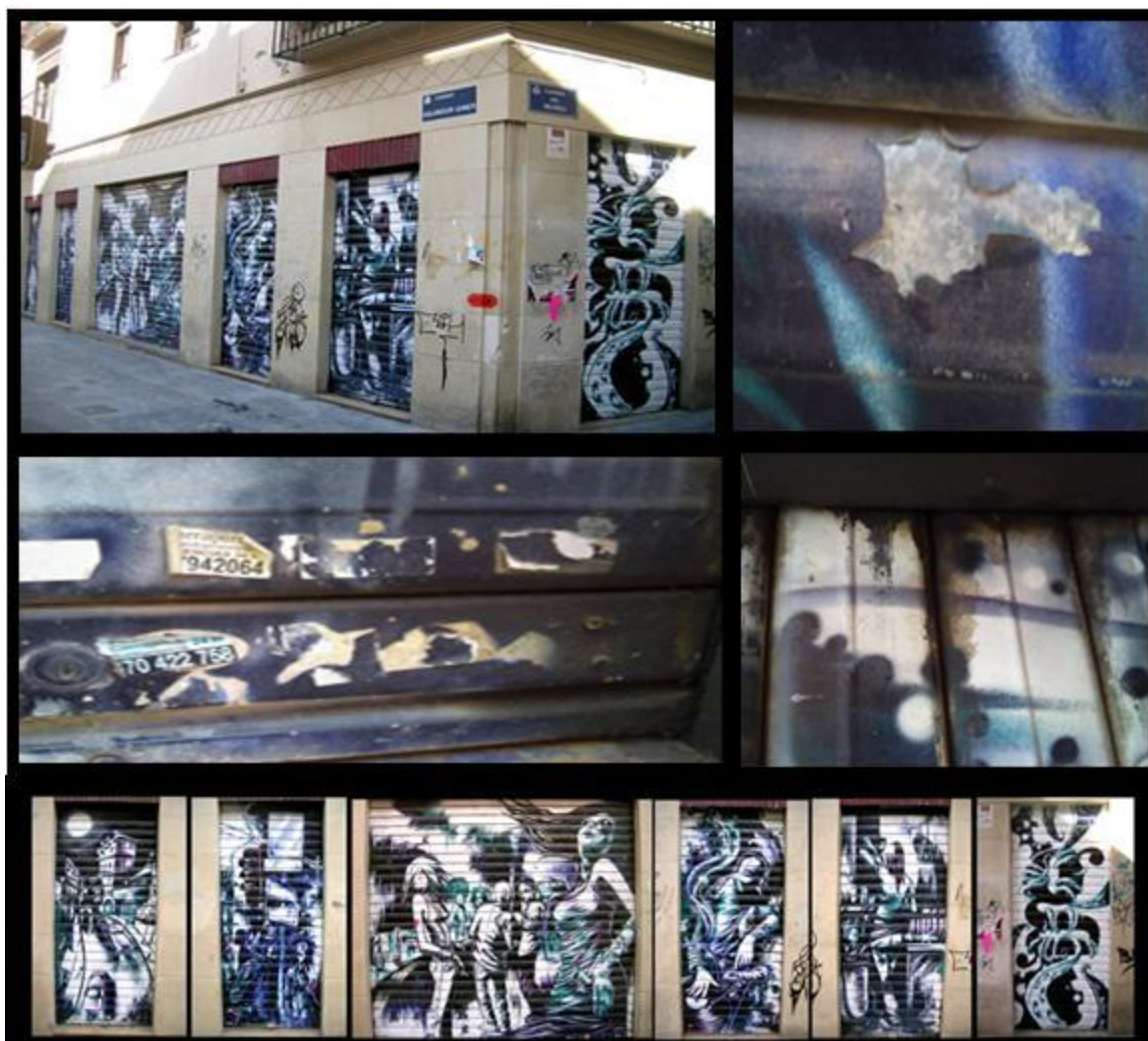
FICHA Nº 6

<p>COMITENTE: Local comercial.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/Moro Zeid, Nº 26</p> <p>AUTOR: Sr. Marmota y Julieta.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2009</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Hacer fondo como imprimación, spray MONTANA 94®, plantilla, cinta carrocera, muñecos con spray y mano alzada.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Desprendimientos y lagunas, suciedad, pegatinas que dejan restos de adhesivo.</p> <p>OBSERVACIONES: Actualmente el local se encuentra en alquiler, solo fue modificado el nombre del comercio.</p>
--	---



FICHA Nº 7

<p>COMITENTE: Pub "Bigornia"</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Museu, Nº10 (Barrio del Carmen).</p> <p>AUTOR: Deih.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2004</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: MONTANA COLORS (GAMA ALIEN)®.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Pintadas, carteles y pegatinas por alrededor que dañan la estética del conjunto, descohesión, lagunas, suciedad de grasa, polvo, etc.</p> <p>OBSERVACIONES: Persianas situadas en dos calles distintas.</p>
--	--



FICHA Nº 8

<p>COMITENTE: Cochera</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/Sogueros, nº1.</p> <p>AUTOR: Sr. Marmota y Julieta.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2010</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Fondeo como imprimación, spray Montana 94®, plantilla, cinta carrocera, brocha.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Instalaciones que dañan la visión general del conjunto, grandes irregularidades y manchas de todo tipo.</p> <p>OBSERVACIONES: Un problema fue tapar las lamas por detrás para que no penetrara el spray y manchara, además muchas irregularidades acentuadas y difíciles de trabajar con plantillas, por lo tanto había que terminar a mano.</p>
---	---



FICHA Nº 9

<p>COMITENTE: Cochera (mismo bloque que el anterior).</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Ripalda (Barrio del Carmen).</p> <p>AUTOR: Sr. Marmota y Julieta.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2010</p> <p>SOPORTE: Persiana y lamas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Fondeo como imprimación, spray Montana 94®, plantilla, cinta carrocera, brocha.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Suciedad, restos biológicos que dañan la estética de la fachada, restos de adhesivos.</p> <p>OBSERVACIONES: Ningún problema a resaltar.</p>
---	--



FICHA Nº 10

<p>COMITENTE: Taquería “el burrito”.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Alta, nº12.</p> <p>AUTOR: Desconocido.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2009.</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica y muro de cemento.</p>	<p>MATERIALES: Se desconocen los materiales.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Presenta suciedad y manchas, multitud de instalaciones por alrededor, lagunas, descohesión y pintadas.</p> <p>OBSERVACIONES: Su diseño sigue el logotipo del establecimiento.</p>
---	--



FICHA Nº 11

<p>COMITENTE: Ascensor de coches (garaje).</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ de la taula de canvis, nº 6.</p> <p>AUTOR: Cesp.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2011</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Spray Montana 94®, plantilla, cinta carrocera, rotulador 94.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Presenta unas condiciones óptimas, excepto un poco de suciedad en la parte de abajo.</p> <p>OBSERVACIONES: Se sale de la zona del Carmen, pero esta próxima. Situado en una zona muy buena con poco tránsito (tanto peatonal como rodado).</p>
--	--



FICHA Nº 12

<p>COMITENTE: Monkey Park.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Arquitecto Arnau, Nº13</p> <p>AUTOR: Pixelpanxo y Eme.</p> <p>AÑO REALIZADO: Julio 2010</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas y muro de cemento con alguna instalación de plástico.</p>	<p>MATERIALES: Spray MONTANA 94®, pintura plástica TKROM®, plantilla, cinta carrocera, entre otros utensilios.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Algunas lagunas por rozamiento, muchas instalaciones a su alrededor.</p> <p>OBSERVACIONES: En su interior también se encuentra decorado.</p>
---	---



FICHA Nº 13 (Ver Anexo I)

<p>COMITENTE: Tienda de informática "Informance".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Dr. Vicente Zaragozá, nº 38.</p> <p>AUTOR: Cuellimangui.</p> <p>AÑO REALIZADO: 12 Diciembre del 2010</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Todo con spray Montana 94®, incluso la capa de imprimación de fondo.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Suciedad en los bordes, restos de adhesivos, lagunas provocadas por rozamientos.</p> <p>OBSERVACIONES: Fue creado a través del evento de la Asociación de vecinos del barrio, denominado "Benimaclet ponte guapo".</p>
--	--



FICHA Nº 14 (Ver Anexo I)

<p>COMITENTE: Bar de tapas "Uma".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Dr. Vicente Zaragozá, nº 52.</p> <p>AUTOR: Eazy.</p> <p>AÑO REALIZADO: 12 Diciembre del 2010</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Base con rodillo de pintura sintética barata, spray Montana 94®.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Lagunas provocadas por acción mecánica o rozamiento, manchas, suciedad en las irregularidades de la persiana.</p> <p>OBSERVACIONES: Asociación de vecinos de Benimaclet.</p>
--	--



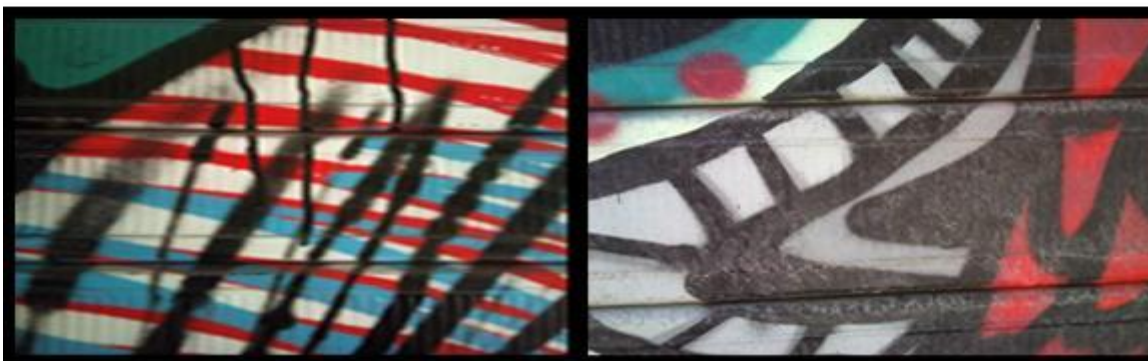
FICHA Nº 15 (Ver Anexo I)

<p>COMITENTE: El lienzo de la rana II.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Doctor Vicente Zaragoza, Nº 69.</p> <p>AUTOR: "Pablo".</p> <p>AÑO REALIZADO: 2009 (ASOCIACIÓN DE VECINOS DE BENIMACLET)</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica y un poco muro de cemento.</p>	<p>MATERIALES: Spray IRONLAK®.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Algunas lagunas en el muro y descohesión de la película pictórica y desgaste de la persiana e instalaciones que ocultan al conjunto.</p> <p>OBSERVACIONES: Persiana totalmente nueva cuando se realizó. No tenemos el nombre artístico del autor. Pintura proporcionada por el propio negocio.</p>
--	---



FICHA Nº 16 (Ver Anexo I)

<p>COMITENTE: Antonia Checa.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Dr. Vicente Zaragoza, nº 59.</p> <p>AUTOR: Desconocido.</p> <p>AÑO REALIZADO: 12 Diciembre del 2010.</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Desconocidos.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Buen estado aunque presenta suciedad y alguna mancha pequeña.</p> <p>OBSERVACIONES: Asociación de vecinos de Benimaclet.</p>
---	---



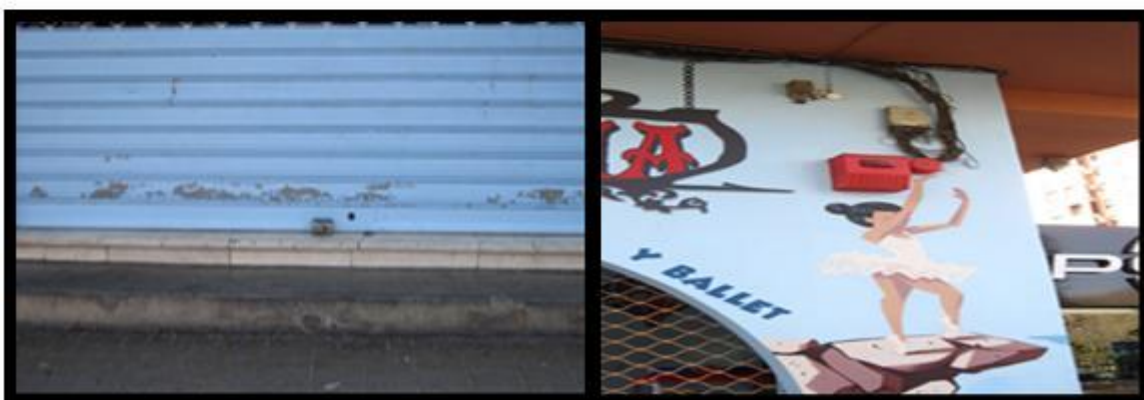
FICHA Nº 17 (Ver Anexo I)

<p>COMITENTE: La tienda de Bofi.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ del Dr. Vicente Zaragozá, nº 46.</p> <p>AUTOR: Mostar y Fore.</p> <p>AÑO REALIZADO: 12 Diciembre del 2010.</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Montana 94®, cinta carrocera y poco más.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Buen estado aunque presenta pequeños restos de adhesivo y lagunas provocadas por rozamiento.</p> <p>OBSERVACIONES: Asociación de vecinos de Benimaclet.</p>
---	---



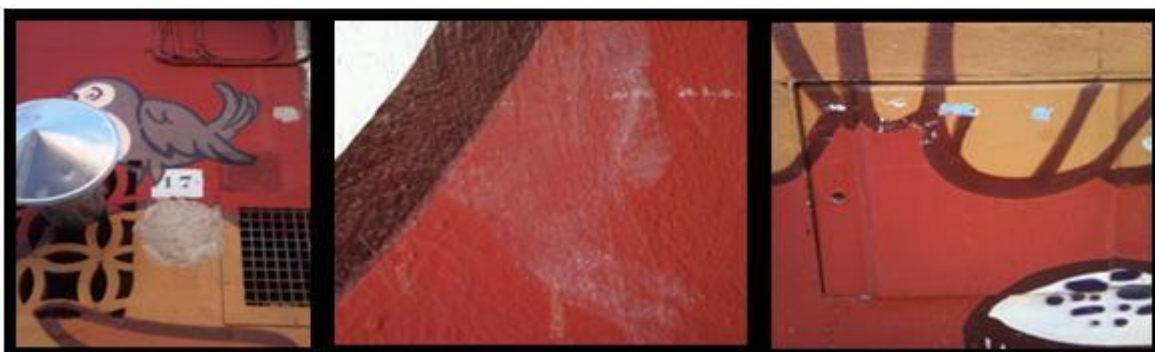
FICHA Nº 18

<p>COMITENTE: Chiquilandia.</p> <p>LOCALIZACIÓN: Av. Blasco Ibáñez, Nº 140</p> <p>AUTOR: Deih y Cesp.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2010</p> <p>SOPORTE: Toda la fachada, con muro de cemento y persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Pintura plástica TKROM® monocapa y spray MONTANA 94®.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Lagunas y desprendimientos en la persiana, fachada que presenta muchas instalaciones.</p> <p>OBSERVACIONES: Se encuentran en dos calles distintas.</p>
---	---



FICHA Nº 19

<p>COMITENTE: Dulces Índalo.</p> <p>LOCALIZACIÓN: Av/ Blasco Ibáñez, nº 150.</p> <p>AUTOR: Desconocido.</p> <p>AÑO REALIZADO: Desconocido</p> <p>SOPORTE: Toda la fachada de muro de cemento.</p>	<p>MATERIALES: Desconocidos.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Manchas, instalaciones, restos biológicos, de adhesivos...</p> <p>OBSERVACIONES: Fachada lateral de muro.</p>
--	--



FICHA Nº 20

<p>COMITENTE: Panadería "Sagra".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ de l'actriu Encarna Máñez, Nº 4</p> <p>AUTOR: Natxo (SIXHANDSTUDIO) y Ana.</p> <p>AÑO REALIZADO: Julio 2009</p> <p>SOPORTE: Toda la fachada, muro de cemento y persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Pintura plástica de base y con esmalte al agua BRUGER® (sin usar bote), todo con brocha.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Muchos problemas sobre todo en el muro: manchas, desprendimientos, pintadas, grietas, suciedad, restos biológicos...</p> <p>OBSERVACIONES: Surgió una urgencia y se tuvo que dejar no muy bien resuelto. En dos calles distintas. Mala ubicación ya que se encuentra en zona de ocio.</p>
---	---



FICHA Nº 21

<p>COMITENTE: Fotografías "Candy".</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Dr. Manuel Candela, Nº 68</p> <p>AUTOR: SIXHANDSTUDIO (Natxo y Lolo).</p> <p>AÑO REALIZADO: AGOSTO 2010</p> <p>SOPORTE: Toda la fachada, muro de ladrillo y persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: MONTANA 94®, pintura plástica BRUGER® y otros materiales complementarios como cinta de carrocerero, brocha, etc.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Desprendimientos debido al roce y faltantes por golpes en el muro.</p> <p>OBSERVACIONES: Se volvió a pintar una persiana en el año 2012 por deterioro.</p>
--	--



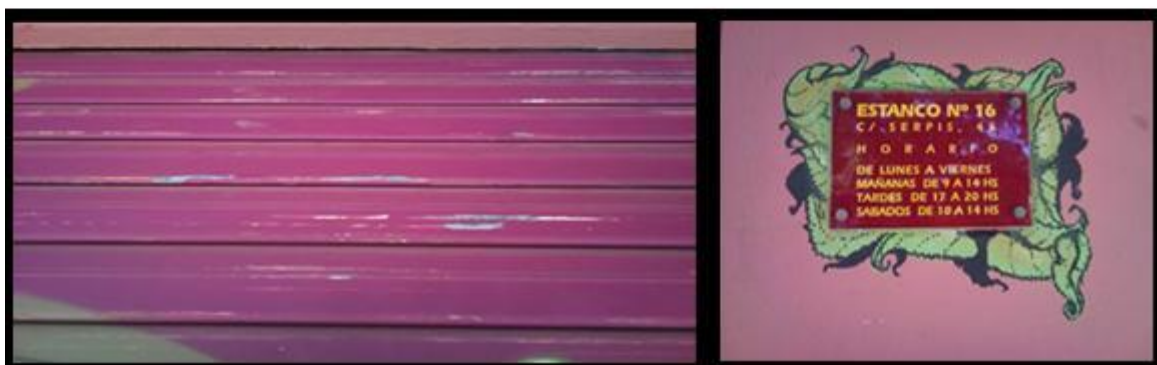
FICHA Nº 22

<p>COMITENTE: "La Lobera de Xiqui".</p> <p>LOCALIZACIÓN: Av. Blasco Ibáñez, Nº 124</p> <p>AUTOR: SIXHANDSTUDIO</p> <p>AÑO REALIZADO: 2010</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica.</p>	<p>MATERIALES: Pintura plástica y spray MONTANA 94®, entre otros.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Presenta lagunas por rozamiento y algunas manchas.</p> <p>OBSERVACIONES: Es el logotipo del local, por tanto es una idea del propietario.</p>
---	---



FICHA Nº 23

<p>COMITENTE: Estanco.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/Serpis, Nº 46</p> <p>AUTOR: SIXHANDSTUDIO</p> <p>AÑO REALIZADO: Septiembre del 2011.</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica y un poco de muro de cemento.</p>	<p>MATERIALES: Pintura plástica y spray MONTANA 94®, entre otros elementos auxiliares.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Desprendimientos por rozamientos.</p> <p>OBSERVACIONES: Nada a tener en cuenta.</p>
---	--



FICHA Nº 24

<p>COMITENTE: Dcomic.</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/Doctor García Donato, Nº 7</p> <p>AUTOR: (Ricardo) retirado de estos trabajos de decoración.</p> <p>AÑO REALIZADO: 2006</p> <p>SOPORTE: Persianas metálicas.</p>	<p>MATERIALES: Spray MONTANA 94®, plantillas, cinta de carroceros, entre otros.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Desprendimientos y lagunas.</p> <p>OBSERVACIONES: El propietario dice: <i>"no tiene capa de imprimación, hay cuarteamiento por ahorrar, me arrepiento"</i>. Idea del propietario (personajes sacados del caricaturista Enrique Vegas).</p>
--	--



FICHA Nº 25

<p>COMITENTE: Cochera</p> <p>LOCALIZACIÓN: C/ Rubén Darío, nº 8.</p> <p>AUTOR: Tiboo.</p> <p>AÑO REALIZADO: Desconocido</p> <p>SOPORTE: Persiana metálica y un poco de muro de ladrillo.</p>	<p>MATERIALES: Desconocidos.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN: Instalaciones, cúmulo de suciedad en las irregularidades, residuos biológicos...</p> <p>OBSERVACIONES: Nada en consideración.</p>
---	--

