



Universidade de Santiago de Compostela

A pé de Rúa: Moda, Street Art e Street Style

Traballo de Fin de Grao

Ana María Senande Dubert

Grao en Historia da Arte

Curso 2022-2023

Titor: Juan Manuel Monterroso Montero

A pé de Rúa: Moda, *Street Art* e *Street Style*

Resumo:

Arte e moda son dúas correntes primarias, innatas e necesarias para o desenrolo expresivo das persoas. Desde o Paleolítico ata a actualidade, os seres humanos procuraron deixar a súa pegada no seu hábitat dunha maneira ou doutra.

A finais do século XX ocorreron unha serie de cambios sociais e políticos que fixeron que a sociedade caese nun estado de descontento, rexeitamento e quebrantador ca orde establecida. Isto desencadeou a aparición de diferentes subculturas configuradas desde os estamentos minorizados e marxinais da poboación. Nelas xurdiron e se desenrolaron dúas correntes coma a *Street Art* e o *Street Style*.

O punto de interese deste traballo focalízase na mostra de como evolucionaron ambos movementos; como comenzaron a ser estilos e estéticas pertencentes a zonas discriminadas pola sociedade, para converterse nas modas sociais das que as elites se apropiaron, sendo no día de hoxe aceptadas e buscadas pola sociedade das grandes metrópoles.

Palabras clave: *Street Style*, *Street Art*, *streetwear*, *underground*, tribos urbanas.

A pie de Calle: Moda, *Street Art* y *Street Style*

Resumen:

Arte y moda son dos corrientes primarias, innatas y necesarias para el desarrollo expresivo de las personas. Desde el Paleolítico hasta la actualidad, los seres humanos buscaron dejar su huella en su hábitat de una manera u otra.

A finales del siglo XX ocurrieron una serie de cambios sociales y políticos que hicieron que la sociedad cayese en un estado de descontento, rechazo y quebrantador con el orden establecido. Esto desencadenó la aparición de diferentes subculturas configuradas desde los estamentos minorizados y marginados de la población. En ellas surgieron y se desarrollaron dos corrientes como el *Street Art* y el *Street Style*.

El punto de interés de este trabajo se focaliza en la muestra de cómo evolucionaron ambos movimientos; cómo comenzaron a ser estilos y estéticas pertenecientes a zonas discriminadas

por la sociedad, para convertirse en las modas sociales de las que las elites se apropiaron, siendo en el día de hoy aceptadas y buscadas por la sociedad de las grandes metrópolis.

Palabras clave: *Street Style*, *Street Art*, *streetwear*, *underground*, tribus urbanas.

On the Street: Fashion, *Street Art* and *Street Style*

Abstract:

Art and fashion are two primary currents, innate and necessary for the expressive development of people. From the Paleolithic to the present, human beings sought to leave their mark on their habitat in one way or another.

At the end of the 20th century, a series of social and political changes occurred that caused society to fall into a state of discontent, rejection and break with the established order. This triggered the appearance of different subcultures configured from the minority and marginalized classes of the population. Two currents such as *Street Art* and *Street Style* arose and developed in them.

The point of interest of this work is focused on the sample of how both movements evolved; how styles and aesthetics belonging to areas discriminated against by society began to be, to become the social fashions that the elites appropriated, being today accepted and sought after by the society of the large metropolises.

Key words: *Street Style*, *Street Art*, *streetwear*, *underground*, urban tribes.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN: METODOLOXÍA, HIPÓTESE, ESTADO DA CUESTIÓN E OBXECTIVOS.....	5
1.1. Introducción.....	5
1.2. Metodoloxía.....	5
1.3. Obxectivos.....	6
2. ORIXES E PRECURSORES NA STREET ART E NO STREET STYLE.....	7
2.1. Contexto común.....	7
2.2. Primeiros anos da Street Art.....	10
2.3. Primeiros anos do Street Style.....	14
3. EXTENSIÓN, MASIFICACIÓN E ELITIFICACIÓN.....	19
3.1. Street Art: das rúas ás galerías e museos.....	19
3.2. Street Style: das rúas ás pasarelas e desfiles.....	24
3.2.1. Fenómeno de aceptación social ou de apropiación cultural?.....	28
4. IMPACTO E DESENROLO NAS CIDADES.....	32
4.1. Londres.....	32
4.2. Tokio.....	33
4.3. París.....	34
4.4. España: Madrid e Barcelona.....	36
5. CONCLUSIÓNS.....	38
BIBLIOGRAFÍA:.....	39
ANEXO:.....	45

1. INTRODUCCIÓN: METODOLOXÍA, HIPÓTESE, ESTADO DA CUESTIÓN E OBXECTIVOS

1.1. Introducción

Os procesos de creación, configuración e expresión creativa residen de maneira innata nos seres humanos. Estes teñen cabida dentro da sociedade e xogan un papel importante na maneira de relacionarse das persoas. Desde os inicios do ser humano, esta expresividade veuse na obriga de reproducirse desde o interior das persoas cara ó mundo exterior.

Os contextos nos que se encadran as diferentes situacións de creación artística son de gran interese e axuda para que os distintos movementos e mesmo culturas emerxan. Existe certa costume á instrución e introdución da materia artística que provén de ambientes sociais privilexiados e de poder (arte adicada ás deidades, ó clérigo, á monarquía ou á burguesía), que mesmo encargaban pinturas, esculturas e indumentaria feitas *ex profeso*, a medida e confeccionadas para o gusto destes consumidores. Coa chegada da industrialización, os medios de produción en cadea, os *mass media* e o constante descontento social de cara ó estado, orixínanse movementos que promoven e visibilizan arte, moda, música e estilos de vida propios para as clases minorizadas e discriminadas polos estamentos privilexiados que, ata os anos 80, protagonizaban e dictaminaban os gustos da sociedade (Bueso, R., Codina, M., 2020).

Tras a creación de medios artísticos creados polas diferentes subculturas *antiestablishment* e a súa viralización, coa chegada de internet e os medios de comunicación, os estilos de vida e a arte dos grupos, que vivían afastados das zonas de poder (marxinados), son empregadas e apropiadas polos que contan cun privilexio (homes adifeirados, caucásicos, empresarios, cisheterosexuais) para o seu uso e gozo persoal.

Cómpre cuestionarse desta maneira se realmente *street art* e *street style* acadaron algún tipo de logro como tal por ser viralizados grazas ás persoas que rexeitaron deles desde o principio. É ético empregar a simboloxía doutras culturas que foron discriminadas polo feito de orixinar unha nova moda? Foi un mérito que moda e arte urbanas acadasen postos de valor económico e social co seu salto ás pasarelas e museos?

1.2. Metodoloxía

Para o proceso de elaboración deste traballo incluíronse distintos medios e ferramentas de traballo. O primeiro paso para a súa creación foi a configuración dun tema e do seu esquema estruturado nas partes a incluír. A través destas, a delimitación das figuras, períodos, estilos e zonas coas que traballar foi o que se converteu en obxecto de estudo.

Tras conseguir unha estrutura coa que traballar, a realización do índice e os puntos clave foi outro factor fundamental para continuar e establecer que tipo de información era precisa.

Unha vez reducida, iníciouse un proceso de recolección de datos para a redacción do estudo. Estas fontes foron achadas na meirande parte en páxinas web específicas sobre temas relacionados coa Historia da Arte e a moda urbanas, libros de texto, artigos en xornais e revistas (sobre todo en Vogue) e entrevistas tanto de maneira escrita coma gravada en vídeos e documentais.

1.3. Obxectivos

A proposta inicial desta investigación ten como principal obxectivo aportar unha noción (ou varias) que expliquen os feitos acontecidos nos que reflexen como arte e moda urbanas remataron por posicionarse en círculos afastados das súas orixes.

Por unha banda atópase o fenómeno *street art*, un termo que comezou a empregarse nos anos 90 para definir un conxunto de técnicas que aludirían á arte empregada nas rúas ou co estilo desta (Cervera, 2017). Á súa vez este movemento pode adoptar a nomenclatura de *post-graffiti*, englobando ós artistas que traballaron nunha atmosfera urbana e adoptaron diferentes maneiras de crear as súas pezas (murais, *graffitis*, *stencils*, *stickers*); por outra banda o termo *street style* engloba as diferentes e variadas maneiras de expresión, en canto a estética se refire, empregadas e vistas nas rúas. Esta expresión na actualidade conforma unha tendencia na moda da que marcas e deseñadores fan uso nos seus desfiles.

Os dous motivos principais polos que arte e moda urbanas compendian este proxecto son polo seu contexto común, nados coma expresións das clases minorizadas e invisibilizadas, e polos seus ideais de ruptura cos cánones artísticos establecidos. A través de figuras iniciais artísticas como Taki183, Cornbread, Lady Pink e a do fotógrafo de moda Bill Cunningham, obsérvase un proceso de confección inicial e de evolución de cara novas técnicas e tendencias noutros artistas coma Hambleton, Basquiat ou Haring e en deseñadores que emerxeron grazas ás subculturas, coma Vivienne Westwood, e os que beberon delas, coma Alexander McQueen, ou os que se crearon como marcas *street style ex profeso* coma Vetements.

Concluindo cos puntos claves que ten este traballo cómpre salientar e comparar distintas cidades e como se desenrolaron ambas correntes nelas: o nacemento e a chegada de ambas, a visibilidade e a súa situación na actualidade e o proceso de expansión.

2. ORIXES E PRECURSORES NA *STREET ART* E NO *STREET STYLE*

2.1. Contexto común

No momento no que nos detemos e cavilamos sobre a moda e a arte, ambas nos levan a pensar sobre estas dúas nas súas orixes da man do homo sapiens durante o Paleolítico. Ambas correntes foron nadas de maneira case espontánea e á vez necesarias, deixando pegada do que acontecía nas súas vidas nos muros das covas e empregando as peles animais para protexerse e sobrevivir. Dúas formas utilitarias e precisas de desenvolver estas dúas premisas artísticas que chegan ata a actualidade.

Entre o longo período de tempo que ocupa o Paleolítico e a actualidade ocorren moitos cambios e distintos tipos de representacións destes dous movementos, mais entre un e o outro áchase certa proximidade, a pesar da distancia temporal. Por un lado, as pintadas primitivas nas paredes gardan certa similitude cos trazos levados a cabo nas das rúas actuais, nos metros e edificios das metrópoles; por outro lado, a moda e os estilos adáptanse á necesidade e á funcionalidade do ambiente no que se atopan.

Á hora de contextualizar a *street art*, cómpre situarnos no contexto no que foi nada. Xorde nos Estados Unidos, durante a época dos anos sesenta, unha década convulsa na historia do país, xa que ocorren unha serie de acontecementos que foron puntos clave para a aparición e o desenrolo do que a día de hoxe coñecemos coma arte urbana, mais neste momento era considerada vandalismo (Toharia, 2015).

Atopámonos nuns anos de axitación social, política e cultural. É o momento onde tivo maior peso a loita polos dereitos civís da cidadanía afroamericana, liderada por Martin Luther King Jr; a Guerra de Vietnam, a cal xerou controversia entre os estadounidenses, divididos polas distintas opinións; o movemento feminista, o cal demandaba condicións de igualdade para as mulleres no ámbito laboral, á vez que ocorreron manifestacións esixindo unha maior participación feminina de cara á vida política; a aparición do movemento hippie a raíz de todos estes acontecementos sociais e políticos, proclamando a liberdade, a paz e o amor. Cada un destes pormenores desencadeou en actos e situacións, nas que a poboación se veu obrigada a manifestarse polos seus dereitos e denunciar as inxustizas que estaban a vivir (Bruno, D., 2009). Podemos apreciar nestas tomaduras, mostras do albor da *street art* como tal. Mais é certo que, en períodos anteriores, xa existiron indicios artísticos ó longo das vías, mais non contaban con este carácter protestatario, senón que eran máis achegados a un sentido publicitario; neste caso danse avenidas e estradas cheas de manifestantes na procura de mellorar e visibilizar a súa situación. Foron os primeiros en levar a cabo estas pintadas

consigo nas súas mans: pancartas e carteis esixindo dereitos cunha denotación protestataria (figura nº1).

Foi deste xeito coma nas zonas marxinais das cidades de Nova Iorq e Filadelfia, a mocidade de clases sociais minorizadas e marxinas, afroamericanas, latinas e doutras nacionalidades comezaron a expresarse dunha maneira nova e nun espacio que puidese chegar a todo o público: a través dos *tags* ou firmas nas paredes das rúas e do metro. Neste sentido, atopámonos cos exemplos dospioneiros coma Taki 183, que *taggeaba* a súa sinatura nos metros neoiorquinos, ou Cornbread, o cal deixaba a súa pegada xunto a das pandillas de Filadelfia. A partir deste momento, prodúcese nos Estados Unidos unha expansión da *street art* cara outras cidades coma Chicago, Miami ou Os Ánxeles. Conforme esta ía medrando en territorio tamén na creación e mesmo desenrolo de estilos xa existentes, formas e técnicas, coma o *wildstyle*, o mural, as pegatinas ou o emprego do stencil.

Ata a década dos anos oitenta, a arte urbana, e todo o que esta conlevaba, era de carácter vandálico, perseguida e penada pola lei. Foi coa chegada de artistas coma Jean Michel Basquiat ou Keith Haring, quen invadindo as rúas neoiorquinas, tanto no metro coma nos muros próximos ás principais galerías, a arte das rúas pasou a ser unha arte de moda, aclamada polos coleccionistas debido á gran novidade que esta supoñía.

Cómpre sinalar outras correntes que estaban a darse dentro da cultura *underground*, coma no eido musical, onde o *Hip Hop* estaba en pleno auxe. Este, á súa vez, foi acompañado de movementos artísticos visuais e das propias rúas, coma o *graffiti*. Ó igual que a *street art*, foi un movemento levado a cabo polas persoas socialmente discriminadas pola súa cor de pel, lugar de procedencia ou a marxinalidade da zona na que habitaban. Foi en parte grazas á forte incidencia deste tipo de música polo que a *street art* se desprazou cara o continente europeo: coa chegada de concertos e festivais de natureza urbana nas principais cidades. É así como nos atopamos con artistas e grupos nas distintas metrópoles; en París está o exemplo de Blek le Rat co emprego do stencil; en Berlín as pintadas e graffitis no muro, que por aquel momento separaba a urbe; en Londres, onde a figura de Banksy invadeu de maneira significativa a cidade cos seus graffitis de carácter político.

Non só eran os muros, as paredes e os transportes públicos os que se cubrían cunha nova corrente artística, senón que os propios espazos públicos ocupados pola poboación eran outra das principais fontes de expresión dos habitantes e transeúntes da cidade. As prendas, o calzado e os accesorios son unha parte fundamental na historia da arte e, neste caso, na historia da arte contemporánea. O *street style*, coma o seu nome indica, nace na rúa, por e

para a xente da rúa. Trátase dunha corrente estilística onde a peza ou pezas relevantes son as que se poden ver nos ambientes urbanísticos das cidades.

Este movemento nace de maneira coetánea á arte urbana, durante a década dos anos 60 na cidade de Nova Iorq. O seu desenrolo tivo lugar debido á situación que, ó igual cá *street art*, estaba a vivir a mocidade estadounidense do momento. Debido a isto, as esferas sociais que se atopaban na parte marxinal, empregaron a moda e os estilismos como a maneira de expresión máis achegada a súa situación. É a arte da rúa, o que se observaba no exterior e o que, nos seus inicios, estaba afastada de formar parte das clases elitistas e, moito menos, de estar preto dunha pasarela de alta costura.

A moda urbana é parte da cultura *underground* e das subculturas que esta conforma. Xorde grazas ás correntes culturais e tribos urbanas destas últimas décadas; contan cunha gran influencia cultural dos estilos que estaban a acontecer neste período, coma o Rock and Roll, o cal fixo que a xente nova adquirise prendas de segunda man, empregase coiro e personalizase estas vestimentas de distintas maneiras: rompéndoas, engadíndolles novos elementos ou customizándoas.

Son diferentes as tribos que se adscriben na moda urbana e que modifican a súa indumentaria. Coa música *Hip Hop* visibilizan o uso dunha vestimenta relacionada co deportivo, as prendas *oversize*, as zapatillas deportivas e os accesorios culturais propios das diferentes entidades étnicas que conformaban parte da poboación marxinal, coma o uso do durag¹ por rapeiros de cor negra; a súa vez, eran os artistas das rúas os que modificaban as súas roupas, coma no caso de Cornbread, o cal *taggeaba* o seu nome nas súas camisetas, coma se dun muro se tratase.

Un dos personaxes de maior relevancia na historia do *street style* nos Estados Unidos, é Bill Cunningham. Fotógrafo adicado á deixar constancia do que acontecía nas rúas de Nova Iorq, publicándoo na súa columna “On the Street”, no New York Times. O seu traballo consistía en documentar e captar como se vía a xente nas principais rúas da metrópole, incidindo sobre todo nas prendas máis arriscadas e menos *mainstream* do momento; afastado das tendencias e novidades que estaban a acontecer dentro do eido das pasarelas e camiñatas dos grandes deseñadores.

Grazas ó seu traballo, Cunningham acadou fama e popularidade á vez que axudou a visibilizar a moda urbana e á liberdade de expresión das persoas a través da súa vestimenta. Ó mesmo tempo, o fotógrafo estivo concienciado coa defensa do emprego da moda sostible e

¹ Elemento que foi obrigado a ser levado polas mulleres negras para suprimir a súa beleza durante o período de escravitude.

coa relevancia de volver a darlle uso as mesmas prendas, na contra de seguir as tendencias que estaban liderando a industria.

O traballo de Cunningham segue estando presente en diferentes espazos estilísticos do mundo da moda na actualidade, coma ocorre cos vídeos en plataformas como Youtube, da revista Vogue, nas principais capitais da moda (Nova Iorq, París, Milán), adicados a amosar explícitamente a moda da rúa, liderado na súa maioría por roupa de segunda man e vintage fronte as tendencias, nos viandantes das rúas.

Por outra banda e tamén coetáneo, o *street style* na cidade de Londres estivo en auxe durante as décadas de 1960 e 1970. Ó igual que nos Estados Unidos, as indumentarias e a maneira de expresarse a través dos atuendos, estivo altamente influída polas correntes culturais que estaban a acontecer na sociedade inglesa do momento.

O movemento punk foi de gran relevancia nos estilos, principalmente en Reino Unido e tamén en EEUU. Este caracterizábase pola contrariedade ó sistema político, económico e social establecido no momento. Isto fixo que tanto a música e as letras desta estivesen cheas de rebeldía e disconformidade co sistema.

Vivienne Westwood foi unha das principais figuras no mundo da moda e na corrente punk, xa que nos seus inicios estivo centrada en expresar as premisas do movemento nos seus deseños: rotos nas camisetas, coiro, chatolas. O momento no que levou a cabo o seu traballo e o contexto deste fixo que estivese ligada ó social e político; compartía con Cunningham o interese pola sostibilidade e o medio ambiente. Todos estes valores aplicounos nos seus deseños e contribuíron na sociedade inglesa do momento para atopar unha maneira de expresión que seguise, igual que a súa maneira de pensar, uns valores contrarios ós establecidos.

Deste xeito, igual ca *street art*, a moda urbana comezou a ser motivo de exposición dentro do eido pasarelístico. Entre o período de finais de 1990 e principios do 2000, comezáronse a ver nas grandes pasarelas elementos das rúas neles, coma nas casas de Gucci, Alexander McQueen ou Off-White, incorporando prendas e accesorios deportivos, en tallas máis grandes do habitual e procurando a comodidade tal e como estaba a acontecer nas rúas.

2.2. Primeiros anos da *Street Art*

O desenvolvemento da *street art* non vén necesariamente marcado pola busca de crear formas artísticas como tal, senón que se leva a cabo pola necesidade de chamar a atención, reivindicar ou sinxelamente procurar unha vía de escape das situacións nas que se atopaban os artistas.

Desta maneira, a figura de Cornbread, convértese nunha das principais e mesmo considerada coma a pioneira do graffiti na historia. Nado nos EEUU, no norte de Filadelfia, no ano 1953 baixo o nome de Derryl McCray, foi criado nun ambiente onde as bandas ou *gangs* dominaban a cidade, de maneira social e artística, xa que estas empregaban o espazo metropolitano para deixar o seu selo nelas, “marcando territorio”, deixando o seu nome nas principais rúas coma 28th and Oxford, 21st and Norris.

No ano 1965, Cornbread é levado ó centro de menores, feito de suma importancia na súa traxectoria artística e persoal. É aí onde recibe o apodo de *Cornbread* de maneira social e é cando o adopta de forma persoal. Neste momento o *escritor* afástase do ambiente de drogas e violencia, que reinaba no reformatorio, para enfocarse en crear a súa firma persoal e deixala por todo o centro. Neste período fixo amizade coas pandillas do reformatorio ó escribirlles ós membros destas as cartas de amor para as súas mozas, o cal lle deu vía libre para non ter que adscribirse a ningunha destas e, asemade, poder firmar co seu nome pola cidade de Filadelfia sen ningún tipo de inconvinte. Deste xeito, converteuse no primeiro en debuxar a súa firma pola cidade sen ter un significado achegado ó das banadas de marcar territorio (*¿Quién es Cornbread?*, 2022).

Os seus inicios fóra do cárcere foron a través do frechazo cunha rapaza do seu instituto. O que fixo o artista para chamar a súa atención foi escribir “Cornbread loves Cynthia” (Collins, 2017, p. 27) nos espazos polos que esta se movía . A día de hoxe a súa influencia segue activa en espazos afastados de onde comezou a súa traxectoria (figura nº2).

Co paso do tempo, Cornbread experimentou e avanzou na busca do seu selo persoal; empregou o aerosol e afastouno do significado que orixinarmente tiña en Filadelfia (o das *gangs*); retou os cánones e os modelos do graffiti establecidos xogando coa distinta disposición de letras e formas en todos os escenarios que a cidade lle outorgaba (figura nº3): desde os muros das rúas, pasando polos vagóns de trens, ata as á do jet dos Jackson 5 e mesmo no corpo dun elefante, no zoo de Filadelfia (Collins, 2017, p. 27-28). Malia que a figura de Cornbread é considerada, no día de hoxe, coma unha das principais e pioneiras da *street art*, foi en gran medida ignorada polo carácter e tipo de obra que este facía. A súa obra estaba afastada do dogma artístico, encapsulado no eido museístico e expositivo, que non comenzou a ter recoñecemento o que se fixo e fai nas rúas ata a actualidade.

Continuando coas principais figuras de índole urbana, está a do autor Taki 183 (1953), un dos primeiros en deixar o seu nome ou *taggealo* por toda a cidade de Nova Iorq; trasladouse de Grecia á gran cidade durante a súa infancia nos anos 50, nun barrio do norte de Harlem, rodeado de veciños de distintas nacionalidades como gregos, portorriqueños ou cubanos e mesmo coa banda “Savage Nomads”, coa cal nunca tivo enfrontamentos.

O transcurso da súa carreira coma “escritor” iniciouse no verán do 1969. Da man dos seus amigos, coñeceu o traballo doutro rapaz que estaba a deixar o seu selo por todo o vecindario: Julio 204². Demetrius quedou abraiado e comezou a escribir o seu nome (Taki, diminutivo grego de Demetrius) e o seu número de dirección (183) por todo o barrio, incidindo sobre todo nos camións de xeados (*TAKI 183*, 2017).

Un ano despois, a súa firma (figura nº4) comezou a verse por toda a cidade, xa que para acudir ó instituto tiña que tomar o tren número 1 todos os días. Neste percorrido, foi acompañado dun rotulador, co cal se axudou e asegurou de deixar a súa pegada por todos os vagóns, estacións e trens que este tomaba.

Foi cando comezou o seu traballo como repartidor polo barrio do Upper East Side cando chamou a atención do público. A sinatura de Taki183 comezou a observarse nunha zona limpa, virxen, rica e afastada dos barrios marxinais e de clases traballadoras onde se desenvolvía a arte urbana (Armstrong, 2019, 34). Grazas a isto é achado e entrevistado por un xornalista do *The New York Times* (figura nº5): “I just did it everywhere I went. I still do, though not as much. You don't do it for the girls; they don't seem to care” (Hogan Charles, 1971). Non tiña un obxectivo concreto, máis alá de facelo por entretemento. Non procuraba a fama nin modificar a maneira de pensar da cidadanía, tan só era o seu hobby; tamén engade “You do it for yourself. You don't go after it to be elected president” (Hogan Charles, 1971). A maiores da firma de Julio 204, tamén se inspirou nunha campaña electoral de Nixon, onde deixaban carteis e pegatinas invadindo por completo a cidade e así foi como o fixo Taki, coma se dunha campaña electoral se tratase, para que todos os habitantes de Nova Iorq soberan da súa existencia.

² Julio 204 foi un *taggeador* de 1968 a 1970 (cando foi arrestado por vandalismo) que se adicou a escribir a súa firma por todo o seu barrio. É coñecido por ser un dos primeiros e ademais en influir en *taggeadores* coetáneos e posteriores ó seu traballo. Para coñecer máis información sobre este visitar a páxina web Abarca, Javier. *Graffiti O Arte Urbano: Julio 204 y Daniel Buren En 1968*. Urbanario (06/10/2008) [Graffiti or street art: Julio 204 and Daniel Buren in 1968 – Urbanario](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 21:02].

Nos anos posteriores foi entrevistado por *Interview* e mesmo rexeitou coñecer a Andy Warhol, xa que se mantiña fiel ós seus principios de “taggear por diversión”(Hogan Charles, 1971). Non quería fama, nin coñecela.

A medida que o *graffiti* medrou, Demetrius abandonou o rotulador para adicarse nos seus estudos e traballo. Aínda así, continua sendo un dos personaxes principais e pioneiros da *street art*.

Cun significado máis protestatario e reivindicativo, está a grafiteira Lady Pink, cuxa presenza marcou un antes e un despois na arte urbana feminina ó ser a primeira muller neste mundo. Sandra Fabara (1964) é quen adopta o pseudónimo da grafiteira e muralista ecuatoriana, a cal foi criada no barrio neoiorquino de Queens. Foi neste onde a finais da década dos 70 comeza a súa institución coma artista. Tras a separación do seu primeiro mozo, Lady Pink comeza a escribir o nome de este (KOKE) por todo o barrio e os arredores do seu colexio. Aprende a grafitear da man dos amigos deste, os cales lle ensinaron como iniciarse no *graffiti* (Riviere, 1998, 2-3).

A diferenza do resto de grafiteiros, Lady Pink tivo unha maior presión á hora de levar a cabo o seu traballo, xa que era a única rapaza nun ambiente enteiramente masculino e inseguro para as mulleres, debido ós espazos nos que se realizaban as súas pintadas: reuníase cun grupo de varóns adolescentes nas zonas marxinais e afastadas da cidade para grafitear, sobre todo vagóns de trens e muros de zonas abandonadas. Ademais do perigo que corría polo feito de ser muller, tamén estaban presentes as persecucións policiais; por outra banda, a moza tiña que salienta fronte o resto, xa que esta era a única muller. Tan só por isto estaba desafiada: “I was standing out with the boys when they said “you can't write graffiti cause you are a girl” And I was like “Of course I can and I will prove it to you” and so I had to prove it ” afirma nunha entrevista (Moodment Films, 2015, 1:48).

Co transcurso dos anos aprendeu e mudou as súas expresións artísticas. Fronte ó vandalismo iniciado nas vías ferroviarias (figura nº6) e tras o seu paso pola High School of Art and Design, Lady Pink afastouse gradualmente deste. A pesar de asegurar que os vagóns de tren e as tipografías coas que os enchía foron a súa mellor ensinanza, esta rexeita este tipo de actos “Siempre es arte, pero si lo haces en una propiedad que no es tuya entonces es vandalismo” (Castro, 2019).

Paulatinamente foise aproximando a temáticas máis sociais nas súas obras coma o feminismo, a sexualidade ou a loita polos dereitos da poboación. Neste sentido, comezou a conectar coa pintura ata chegar ó muralismo actual, traballo que asemade combina co labor que realiza á hora de impartir charlas, conferencias e clases educativas en centros, ensinando sobre a arte urbana (tanto graffiti coma mural) desde unha perspectiva feminista (Moodment Films, 2015, 3:41).

2.3. Primeiros anos do *Street Style*

A gran variedade de accesorios, estampados, teas e texturas plasmadas nas distintas prendas non é unha novidade do século XXI nin dos últimos anos, aínda que así o semelle. A procura da autenticidade e a distinción da poboación entre ela nunha mesma cidade, son dúas das características principais do *street style*. Este termo comezou a empregarse a través do traballo do fotógrafo Bill Cunningham (1929-2016) nas rúas de Nova Iorq a partir da década dos 70 (Larraondo, 2019). A definición en si deste termo non só se limita a maneira de vestir nas rúas e a expresión dos habitantes nestas senón que, coma o antropólogo Polhemus (1994) asevera, este concepto está relacionado co estilo de vida das tribos urbanas e os seus membros, os cales, ademais dos seus gustos, comparten semellanzas na maneira de vestir.

Botando a vista atrás no que podería ser o alborés do *street style*, atópanse os seus predecesores na metrópole parisina: os irmáns³ Jules, Louis e Henri Séeberger, ós que máis adiante se lle engadirían dous dos seus sobriños. A partir do ano 1909 adicáronse a fotografía de moda (figuras nº7 e nº8), especializados na inmortalización da sociedade e do social, tomando como escenarios naturais as carreiras de cabalos de Longchamp, os resorts de esquí e as capitais de veraneo das clases sociais adiñeiradas, coma Biarritz ou Deauville (Luis, 2020). Estes puntos de encontro e o retrato que se gravou nestes lugares, reflexan a busca e a necesidade social de atopar unha maneira de expresión a través do estilo persoal dentro dun grupo diferenciado e adiñeirado; desbotando os patróns establecidos na sociedade do momento, caracterizándose pola espontaneidade, empregando novas prendas e accesorios e á vez dando a coñecer os nomes das deseñadoras dos anos vinte, coma as irmás Callot, Jeanne Lanvin ou Jeanne Paquin (Séeberger, 2022).

³Para coñecer máis datos e información específica sobre a historia dos irmáns Séeberger consultar o libro Demange, X., Aubenas, S., Chardin, V. (2007) *Elegance: The Seeberger Brothers and the Birth of Fashion Photography*. Estados Unidos: Chronicle Books.

Cómpre sinalar a transición na historia da moda feminina da que os irmáns Séeberger deixaron constancia. A aparición da deseñadora Coco Chanel (1883-1971) no mercado, no primeiro terzo do século XX, marcou un antes e despois na moda feminina, non só pola introdución dos pantalóns no armario das mulleres, senón tamén polo rexeitamento e a supresión da indumentaria opresora, coma os corpiños, na poboación feminina. (Pérez Sánchez, 2020). Foi neste momento cando *Vogue* abandona as ilustracións e comeza a empregar as fotografías dos irmáns Seeberger coma portada.

A pesar desta “revolución” na moda femenina, esta ata agora viña marcada por dúas estéticas: unha que estaba imposta polas tendencias do momento das revistas como *Vogue* e outra máis reducida que se afastaba dos parámetros que a primeira marcaba, conformando a indumentaria das subculturas, relacionada cos estilos de vida dos diferentes grupos.

É na estética feminina onde máis se apareceu o liberador, transgresor e gran cambio á hora de vestir, mais a partir da II Guerra Mundial, é cando se inicia a ruptura máis visible en canto a estética e expresión en ambos xéneros. Coa nova maneira de vivir e de traballar procúrase unha identidade propia e alternativas á hora de amosar a personalidade; coa proliferación dos suburbios, a produción en masa, que permitiu a creación *ex profeso* das últimas tendencias, e a difusión nos medios de comunicación, os cales proxectaron as novidades da moda, optáronse por disxuntivas e novos estilos de vida. Os movementos orixinados dentro da subcultura e as tribos urbanas nacen como maneiras de expresión e resistencia contra a corrente dominante para achar a identidade e á vez a igualdade dentro dun mesmo grupo de persoas con valores afíns (Nilan, P., Freixa, C., 2006, 152).

Dentro desta subcultura atópanse diferentes estilos de vida que conforman novos mundos, ideoloxías e plantexamentos reflexados á hora de vestir; áchanse diferentes tipos de movementos nados entre os EEUU e Europa Central que se retroalimentaron entre si mesmos. Exemplos destes son as distintas tribos urbanas nadas a partir da inconformidade da sociedade, política e cultura establecida naquel momento. Exemplos destas subculturas posteriores á II Guerra Mundial foron os movementos *Hippie*, *Punk* ou *Skinheads*, entre outros. A principal característica común das distintas sociedades era a disconformidade co establecido e a diferenciación dos cánones impostos. Malia esta continua diferenciación, tamén estaba presente a imitación entre os individuos dun mesmo grupo. Así o expresa o filósofo e sociólogo George Simmel á hora de falar de moda (Vernik, E., Borisonik, H., 2016, 113).

Unha das principais subculturas ou, neste caso, contracultura⁴ foi o movemento Punk. É de suma importancia na cultura do *street style* xa que influeu en distintos países tanto en Europa coma en América, incidindo principalmente no Reino Unido e nos Estados Unidos. A mediados da década dos anos 70 a xuventude do Reino Unido viveu un momento de declive económico, disturbios sociais, enfrontamentos e manifestacións, o cal xerou un descontento entre a poboación preadulta. Este preámbulo serviu coma o berce das múltiples subculturas xurdidas nestas décadas (Sorelia Felix de Castro, M., J. Clerton de Oliveira Martins, K. P. Martins Ferreira, 2019, 171-172).

Deste xeito e como resposta ó malestar nacen bandas que definiron a estética musical e a indumentaria, coma os Sex Pistols⁵ quen a través das súas cancións expresaron o descontento coa sociedade opresora e conservadora a través das súas críticas letras. Foron a primeira banda de Punk recoñecida como tal (Vermorel, J., Vermorel, F., 1987).

A cidade londinense e a súa estética, chea de rebeldía, inundouse dos traballos da deseñadora Vivienne Westwood (1941-2022), quen nos seus inicios no ano 1971, coa súa primeira tenda *Let it Rock*, encargouse de cubrir as rúas de Londres inspirándose nos *looks* dos moteiros, adxuntando coiro e cremalleiras (figuras nº9 e nº10). Máis adiante, no 1975 e co renome da tenda a *Sex*, introduciu o fetichismo e o erotismo pola cidade (Kindersley, 2012, 309).

A moda antisocial e transgresora encabezada por Westwood, mudouse cara outros países europeos e ata América. Encargouse de liderar e dar visibilidade a un movemento de insurrección. A estética punk non só era vestir con chatolas, cadeas e crestas, senón que era un estilo de vida; existía unha retroalimentación entre o pensamento e a vestimenta. Se a anarquía e a ruptura coa sociedade alimentaban ás creacións dos distintos estilismos, destes tamén bebían as diferentes mentalidades e mesmo se empoderaban⁶.

O conxunto de persoas vestidas cunha estética moi marcada e definida tamén fixo que os actos de rebeldía tivesen aínda maior vigor e relevancia nunha sociedade onde o descontento imperaba. Son as manifestacións e folgas as que amosan este descontento pero é a través da

⁴ Movemento social que rexeita os valores, modos de vida e cultura dominantes.

⁵ Banda de Punk Rock nada en Londres no 1975 que iniciou o Movemento Punk. A súa influencia cultural foi de gran relevancia tanto na música popular coma na sociedade do momento.

⁶ Exemplo da expansión deste movemento e do seu estilo de vida de cara outros países é o que ocorreu en Arxentina. Para coñecer máis información sobre este suceso, cómpre visitar a entrevista de Juliana Schmitt (2019) *¡Rómpelo-tu-mismo! Historias del punk argentino y otras rebeldías porteñas*. Dobras.

moda, que visten os viandantes das metrópoles, onde reivindicán esa situación de desconformidade a través das súas prendas, accesorios e peiteados.

É na mesma década dos anos 70, durante o desenrolo dos distintos movementos identificadores das subculturas e o *underground*, cando o traballo do fotógrafo Bill Cunningham (1929-2016) entra en escena. Adicouse a retratar e publicar os *outfits* dos viandantes da cidade de Nova Iorque e a deixar constancia dos seus estilos. *Street style* no seu significado máis puro e primitivo: toda manifestación estilística asexada nas rúas das metrópoles, afastada dos ditados da alta costura e das pasarelas. O fotógrafo levou a cabo o seu proxecto desde principios dos anos 60, cando mesturou o xornalismo coa fotografía urbana⁷; ata finais dos anos sesenta, concretamente no 1967, cando comezou a publicar as súas fotografías en *Tribune*, expoñendo actos e eventos relacionados coa moda e os desfiles, *fóra* das grandes avenidas neorquinas. Neste sentido, retratou os desfiles pero tamén a intimidade destes. O *backstage* da casa Givenchy, que por aquel entón non era doado de gravar, quedou rexistrado por Cunningham (Horyn, 2015).

A mediados desta década é cando comezan as súas colaboracións en xornais de alta demanda coma o *The New York Times*, asemade colaboraba e traballaba de maneira autónoma con outros medios da cidade, coma *Details*, xa que para el a liberdade era o máis importante. Debido a este motivo, non rematou por firmar un contrato co *Times* ata o 1994, para poder levar a cabo o seu traballo desde a súa visión e gusto propio (Horyn, 2015).

Continuando nos seus inicios na fotografía de moda, seguían a ter unha ligazón moi forte coas altas esferas sociais e o mundo do glamour. A súa autonomía levábo, ó principio, a situarse en zonas concorridas, onde persoeiros e famosos facían a súa vida. Era o caso da Fifth Avenue, a 57th Street, onde se atopaban os restaurantes e clubs da elite neorquina ou a mesma sala que conformou un punto clave para distintos artistas do momento, o Studio 54. Á vez que os momentos eran retratados por Cunningham, este engadía recortes de xornais, pezas e fichas que relacionasen as escenas fotografiadas co momento no que estaban a acontecer.

A cámara de Cunningham capturaba e recollía en imaxes ás celebridades do momento mais sen o seu previo consentimento. Este feito e os seus modelos non eran a principal vocación

⁷ Para poder observar as fotografías da carreira de Cunningham acudir á páxina web [833 fotos e imáxenes de Bill Cunningham Archive Images](#), [Consultado o 03/07/2023 ás 17:39].

do fotógrafo, xa que a súa paixón residía no mundando e cotiá, na vida corrente e os que habitaban nela (Salgado, 2016).

Foi no 1978 cando comezou a fotografar o *street fashion* e as persoas descoñecidas que paseaban pola cidade, publicándoas na súa columna no *Times* “On the street”⁸. Quería facer dela unha fiestra ó que era a realidade do mundo da moda: como mesturaban as distintas pezas de roupa a poboación estadounidense, se seguían novas tendencias ou creaban unha propia (figura nº11).

Así amosou ó mundo a verdade sobre o que estaba a acontecer na moda; como se vestía e transformaba a sociedade e os cambios ocorridos ó longo do seus anos activo. Mostrou as dúas das principais características do ser humano e a moda nas súas foto-reportaxes, posto que ensinou a diferenciación retratada nos individuos que procuraban ter unha imaxen única e atrevida na cidade e, á vez, incitou á imitación da procura dun selo persoal dos visitantes da súa columna, a través das fotografías publicadas.

⁸ Para acceder e obter máis información sobre a columna, visitar a páxina Cunningham, B. *On the Street*. The New York Times [On the Street - The New York Times](#), [Consultado o 01/07/2023 ás 19:04].

3. EXTENSIÓN, MASIFICACIÓN E *ELITIFICACIÓN*

3.1. *Street Art*: das rúas ás galerías e museos

Non é doado determinar a data exacta de cando a *street art* comezou a ser obxecto e motivo de exposición nas galerías. Mais si que se pode ter unha aproximación sobre este da man dos artistas que comezaron traballando nas rúas ata expoñer nos espazos máis exclusivos de Nova Iorq. Cabe coñecer as aspiracións dos artistas á hora de comezar o seu traballo e os motivos polos cales o levaron a cabo, á vez que as vivencias persoais que fixeron que a súa obra se desenvolvese na maneira na que se deu. Nalgúns casos o feito de crear arte, de buscar novas formas de facelo e de xogar co público; noutros obsequiar co que se fai ós visitantes ou, dunha maneira máis profunda, protestar e denunciar unha inxustiza social, política ou medioambiental a través da obra.

Neste sentido, atópase unha das principais figuras da *street art*, considerado coma o seu padriño: Richard Hambleton (1952-2017). Comezou combiñando unha serie de técnicas artísticas afastadas de todo tipo de arte na escena metropolitana que estaban nese momento de moda (graffiti, aerosois, rotuladores). A maiores de chamar a atención dos viandantes, a intención do artista era xerar un contraste social e psicolóxico nas súas mentes. Isto demostrouno nas súas múltiples series: *Image Mass Murder* (1976-1979) (anexo nº12), a cal consistía en trazar a figura humana, no chan dos puntos claves das principais cidades de Canadá e EEUU, coa axuda dun xiz, semellando coma se se tratase dunha auténtica escena do crimen; *I only have eyes for you* (1980-1981) (anexo nº13), onde se adicou á impresión de aproximadamente 800 autorretratos (fotografiados) colocados en trece cidades distintas coa técnica da diazotipia, a cal facía que a obra tivese unha temporalidade, xa que era sabido cando ía ser o final desta, onde deixaban un rastro difuminado; coa súa serie *Shadowmen* (1981-1987) (anexo nº14), Hambleton acadou a cume da súa carreira artística urbana: salpicou as paredes de Nova Iorq con pintura negra creando un exército de “homes sombra” en distintas actitudes (saltando, quedos, ou camiñantes) (Padilla, 2020, 14-17).

Tendo en conta estes tres proxectos nas rúas, a obra de Hambleton é vista coma un traballo case psicolóxico, interactivo e conceptual. Afástase do que se estaba cocinando nos barrios neoiorquinos (graffitis, *tags*, firmas, *bombings* en metros e vagóns) mais segue aparecendo no

mesmo tipo de escenarios marxinais característicos da *street art*; moveuse polo ambiente *underground*, influído pola New Wave⁹ e o ambiente do East Village, o barrio onde residía.

A obra do canadense saltou ás galerías e exposicións durante os seus anos de actividade local, participando nas mostras dos locais máis frecuentados do momento: o Fun Gallery, o Mudd Club e o Club 57¹⁰ (chegando a expoñer en solitario en dúas ocasións), onde se relacionou cos artistas máis influíntes do momento, coma Warhol, Basquiat ou Haring. Mais foi ca serie dos *Shadowmen* cando comezou a traballar no estudio, a retratar e inmortalizar a estes personaxes nos lenzos, modificando a morfoloxía inicial por retratos de bustos ou figuras animais. Neste instante, os grandes coleccionistas comezaron a amosar interese polo movemento xerado a raíz do *underground* e todas as expresións artísticas que este conlevou, así coma os principais artistas do panorama, entre os cales se atopaba Hambleton. A fama acadada polo traballo de Richard Hambleton fixo que se integrase no eido social, aparecendo en diferentes revistas (*Life* ou *People*) e mesmo se internacionalizase en múltiples exposicións extranxeiras de gran sona, coma a Bienal de Venecia (1984), onde acadou o recoñecemento internacional, ou a súa participación no Muro de Berlín, encargada polo Checkpoint Charlie Museum (Padilla, 2020, 18-19).

Continuando con outra das figuras máis relevantes na expresión artística urbana e de arte contemporánea, atópase Basquiat, malia só nos seus inicios, xa que este abandonou a súa posición como “artista” (rexeitaba empregar este termo en si mesmo¹¹) das rúas para adicarse a un traballo de estudio; en certo sentido, isto semella un claro afastamento do ideario de arte urbana, mais no propio espazo interior, continuou a facer obras marcadas e invadidas polas influencias do que se facía nos vagóns e muros dos metros, levando as técnicas *underground* ó *mainstream*.

Jean-Michel Basquiat (1960-1988) foi nado en Brooklyn no seo dunha familia multicultural e racializada: pai haitiano e nai portorriqueña. Foi esta quen o introduxo no mundo da arte

⁹ New Wave: xénero musical dentro do rock and roll nado no 1978, derivado do punk rock e o post punk, o cal evolucionou durante os anos 80 e foi proxectado coma un movemento musical e estético. Para coñecer máis información sobre este movemento, consultar Holt, F., Wergin, C. *Musical Performance and the Changing City: Post-industrial Contexts in Europe and the United States*.(2013) Reino Unido: Taylor & Francis. (p. 12)

¹⁰ Club 57 foi un espazo muktidisciplinar entre os anos 1987 e 1993 no que se mesturaron arte, moda, música e todo tipo de actuacións. Para coñecer máis sobre este espazo, visitar á web *Club 57: Film, Performance, and Art in the East Village, 1978–1983: MOMA*. The Museum of Modern Art (2017) [Club 57: Film, Performance, and Art in the East Village, 1978–1983 | MoMA](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:38].

¹¹ Esta afirmación está presente en distintas entrevistas e artigos sobre Basquiat coma no artigo *Jean-Michel Basquiat—The Graffiti Prodigy Cannibalized by the Art World*, Fine Art Multiple (2018), [Jean-Michel Basquiat—The Graffiti Prodigy Cannibalized by the Art World](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:14].

desde a súa infancia, ben debuxando e proporcionándolle apoio ou ben levándoo a museos e exposicións en distintos centros culturais de Brooklyn.

É durante a súa infancia cando emerxe o ideario que conforma a súa obra ó longo da súa vida; por un lado, tras a fractura do seu brazo, é agasallado co libro de Anatomía de Gray, o cal lle serve como referente á hora de reflexar nos seus debuxos o corpo humano e as súas partes; as súas raíces son clave na súa vida e terán gran impacto nas pezas que este elabore, sobre todo en pintura (Ramírez Blanco, 2015, 58) ; a denuncia da romantización da súa vida ó ser negro dos medios e todo o relacionado con isto. Os xornais deron por feito que Basquiat era pobre, pola súa cor, cando proviña dunha familia cunha boa situación económica e que este, tamén polas súas orixes raciais, era grafitreiro, cando o que el facía co aerosol era escribir poesía nos muros. Así o confirma a galerista que o descubriu con 19 anos, Annina Nosei nunha entrevista: “Le ponía de los nervios, se enfadaba. Era muy inteligente y muy sensible a esta discriminación. Todo aquello le generaba un sentido de culpa respecto a otros artistas negros que no tenían dinero” (Sancho Cardiel, 2013).

No ano 1976 trasládase a City-as-School, unha escola alternativa de Manhattan, na que a maneira de avaliar era a través do traballo dos alumnos. Foi neste lugar onde coñeceu o grafitreiro do Lower East Side, Al Diaz, unha figura importante na vida de Basquiat e nos seus inicios na arte urbana. Foi no 1978, cando estes dous mozos crean SAMO¹² como vía de escape, saída do cotián e mesmo case coma unha relixión alternativa. Comezaron a redactar os seus poemas nos vagóns dos trens do baixo Mnahattan, mais, paulatinamente, foron impregnando a súa pegada por toda a cidade (figura nº15). Máis que graffitis, eran poemas, mensaxes que buscaban chamar a atención do público para denunciar racismo, desigualdade, materialismo e situacións de inxustiza (*About the artist*, 2018).

Estas pezas aparecían por toda a metrópole neoiorquina asinadas baixo o pseudónimo de SAMO. Por un lado, Diaz quería seguir en anonimato, ser invisible para os medios, mentres que Basquiat firmaba sen ningún pudor a plena luz do día. Entre este e outros desacordos, o dúo separouse (Kane, 2017).

Jean-Michel Basquiat continuaba pintando e escribindo na rúa baixo o nome de SAMO. Gradualmente fíxose un oco entre a escena urbana e moderna da arte que estaba acontecendo

¹²SAMO provén da expresión empregada por Al Díaz no instituto “same-oh” que a súa vez alude á frase “The Same Old Shit”, referíndose á marihuana. Consultar o artigo Gray, S. *Jean-Michel Basquiat & Samo*. Widewalls. (26/03/2015) [Jean-Michel Basquiat & SAMO | Widewalls](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 18:26].

nese mesmo intre. Grazas a súa participación na exposición *New York/New Wave* no P.S.1 (*About the artist*, 2018), onde se atopaban as obras doutros artistas de renome coma Keith Haring, Kenny Scharf ou Andy Warhol, foi onde se comezou a coñecer e a mover no círculo artístico da cidade. Continuou facendo exhibicións e dándose a coñecer, como a levada a cabo no Mudd Club no 1981 *Beyond Words: Graffiti-Based-Rooted-Inspired Works*, onde o motivo da súa presenza era o seu traballo como SAMO (*About the artist*, 2018).

Paulatinamente o seu traballo foi mudando, pasando de empregar o aerosol nas rúas para adicarse ó lenzo. Así pasou coa súa firma. Rexeitou “The Same Old Shit” para abrazar Jean-Michel Basquiat e converterse nun artista de estudio ata o fin da súa vida e carreira no 1988. A pesar de que as aspiracións de Basquiat por acadar fama e recoñecemento sempre estiveron presentes, as ideas que este plasmou na súa obra cambiaron unha vez que este acadou maior fama. Pasou de denunciar as inxustizas, cuestionar a relixión e a desigualdade, nas paredes próximas ás galerías, a expoñer para as elites da arte e formar parte delas.

Keith Haring (1958-1990) foi un persoeiro tanto na *Street Art* coma na Historia da Arte. Ó longo da súa carreira, promoveu a liberdade da arte e a accesibilidade desta para todos os públicos, independentemente da súa fama; denunciou as inxustizas que estaban a acontecer e foi un gran transmisor e concienciador da pandemia do VIH, que estaba sendo unha problemática tanto na sociedade do momento coma na súa vida (*About Haring*, 1997-2023).

A súa involucración co mundo artístico vén desde a súa infancia, xa que o seu pai debuxaba caricaturas e este fixo o amago de imitalo. Durante a súa adolescencia continuou adicándose ó debuxo e, tras finalizar os estudos de secundaria, inscribiuse na Ivy School of Professional Art (Pittsburgh). Foi no Pittsburgh Arts and Crafts Center onde tivo a súa primeira exposición de maneira individual (Kolossa, 2004, 12). Neste momento da súa vida é onde os elementos que conforman a súa obra comezan a saír á luz, á vez que comeza a coñecer as influencias das que bebe a súa obra e cas que se sente identificado, coma ocorre co artista Pierre Alechinsky (*About Haring*, 1997-2023):

It was the first time that I had seen someone who was older and established doing something that was vaguely similar to my little abstract drawings. It gave me this whole new boost of confidence.

No 1978 trasládase á School of Visual Arts (SVA) en Nova Iorq. Isto ocorre no momento no que comeza a experimentar e coñecer a súa homosexualidade, feito de suma importancia na súa obra, xa que a través dela, expresou e amosou o seu apoio de cara ó colectivo. Á vez coñece a subcultura urbana da cidade e comeza a interaccionar e participar nela, sentíndose

especialmente atraído polos graffitis dos metros e inspirado pola caligrafía dos *tags*. Durante a súa formación na SVA, adicouse a expoñer os seus traballos nas paredes e muros da escola, permitindo que todas as persoas tivesen acceso a estes, marcando os seus principios e a súa ética como artista, que seguiría mantendo ata o fin da súa carreira (Kolossa, 2004, 13).

Ter a oportunidade de moverse dentro da atmosfera da subcultura urbana e residir no East Village, fixo que comezase a intervir nas vías públicas neoirquinas (figura nº16). Atopábase espazos en branco nas paradas de metro e comezou a debuxar. Paneis limpos, de cor negra, que separaban os carteis de publicidade, foron os que lle permitiron a Haring, cun xiz, configurar a súa linguaxe a través de monicreques. Estes facían deterse ás persoas e pensar que era o que estaban observando, que sentido ou significado tiñan os debuxos que contemplaban a diario. Nalgunha ocasión¹³ distintos viandantes interviñeron co artista para coñecer o significado das pezas coas que estaba invadindo os espazos públicos, e estes recibiron a mesma resposta: “It’s for you” (*Keith Haring Ch 12 Interview*, 6:18).

A medida que máis se movía, máis sona adquiría. Comezou a colaborar en distintas exhibicións nos locais de renome do East Village coma o Club 57, onde traballou e tratou con artistas do momento coma Basquiat, Warhol ou Hambleton (Montez, R., Yablonsky, L., Warsh, L., Buchhart, D., Ricard, R. 2022, 8); este recoñecemento no eido artístico fixo que Haring comezase a ter que lidiar coa comercialización da súa arte, xa que o mercado estaba a ter interese nel. Foi así como entra na súa vida Tony Shafrazi (Kolossa, 2004, 28), quen, ademais de representalo e mover as súas obras no mercado, fixo que o artista puidese estar situado no medio da actividade cultural coetánea: iniciouse coas súas exhibicións en solitario na galería Shafrazi (1982) e comezou a traballar de maneira internacional, expoñendo en países coma Xapón, Italia ou Holanda. A pesar de que a súa linguaxe estaba acadando unha fama e un recoñecemento a nivel mundial, Haring seguía a actuar baixo terra, nas estacións de metro: arte accesible para todas as persoas.

A súa moralidade artística e a súa filantropía foron o que marcaron a súa traxectoria artística. A pesar de que este podía vivir a través da comercialización da súa arte entre as grandes elites, desbotou a idea de suprimir a arte “pública” que facía. Inaugurou a Pop Shop no 1986, facendo que as pezas que vendía neste espazo foran asequibles para todo aquel que quixese ter a súa arte consigo (Kolossa, 2004, 94).

¹³Así o afirmou en entrevistas realizadas durante a súa carreira, como se pode apreciar en *Keith Haring Ch 12 Interview*. YouTube (2017) [Keith Haring Ch 12 Interview](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 22:01].

Ata o fin da súa vida no 1990, Haring continuou activo defendendo, concienciando e dándolle visibilidade ás problemáticas do momento: defender os dereitos homosexuais, ser voceiro da VIH (foi diagnosticado no 1988), renomear a idea do que era (e é) a arte e a súa importancia na sociedade (*About Haring*, 1997-2023).

3.2. *Street Style*: das rúas ás pasarelas e desfiles

A obsesión pola identidade¹⁴ e a procura dunha propia, era o que definía as tribos das décadas dos anos 70, 80 e 90. Neste contexto, unha das máis influíntes para que o estilo urbano estivese no ollo dos deseñadores e máis adiante na pasarela, era o estilo das *crews* ou bandas formadas no Bronx.

Estes grupos estaban compostos por poboación de distintas nacionalidades e etnias, sobre todo por persoas afro-americanas e latinas, o cal promoveu a configuración dun compendio de diferentes estilos, vivencias e culturas. A situación neste ambiente estaba liderada polas pelexas, asaltos e asasinatos entre os distintos grupos; o logro dun selo persoal non era un capricho, senón unha necesidade e un símbolo de supervivencia. Un exemplo da busca de identidade foi a creación do espacio alternativo Fashion Moda, onde múltiples artistas participaban e impregnaban esta área coa personalidade do barrio do Bronx (L'Official, 2020, 15).

Se continuamos a indagar no desenrolo do fenómeno da moda urbana, decantámonos que esta *moda*¹⁵ vén acompañada por eses actos simbólicos de bandas e grupos delinquentes asemade doutras actividades culturais ínfimamente relacionadas, como a composición de pezas e actos nos eidos artístico e musical. O *Hip Hop* e o graffiti foron de gran influencia para conformar unha simboloxía propia no Bronx e nas *gangs*. Igual que o desenrolo destas correntes artísticas foi posible grazas á atmosfera de marxinalidade, a moda, os estilos e os *outfits* creados tamén contaron cunha maior facilidade para o seu crecemento.

A diversidade cultural do Bronx e a acollida de cada grupo polas súas orixes e tradicións, deron lugar a distintos e eclécticos estilos. Mais foi a cultura Lo Life (High, 2016) a que

¹⁴ Alusión ó título da obra do antropólogo Francesco Remotti *L'ossessione identitaria* (Roma and Bari: Laterza, 2010), adicado ó estudo da identidade e os seus procesos de definición.

¹⁵ *Moda*, segundo a Real Academia Galega: Uso ou estilo que manifesta a aceptación dunha determinada maneira de vivir, expresarse, vestir etc., por parte dun grupo máis ou menos numeroso, nun determinado momento ou época.

inundou os *ghettos*¹⁶ neoirquinos. A súa filosofía consistía na adquisición (de maneira ilegal) de pezas de roupa de marcas caras, en concreto Polo Ralph Lauren¹⁷, para posteriormente customizalas a súa maneira (figura nº 17). O significado destes actos residía na alarma social, na chamada e anuncio de cara o resto de habitantes neoirquinos pertencentes ás elites. Un berro que significaba xustiza e igualdade social (Tenseione, 2020). En si, o emprego destas pezas era máis ben un motivo de mofa cara aqueles que vestían estas marcas de cotiá, máis que unha imitación como tal.

A exemplificación deste estilo de vida foi tamén posible grazas a Dapper Dan (Day, 2019), un deseñador que adicou o seu traballo na copia e estampado dos logos máis famosos nas pezas de roupa deportivas que vestían os cantantes do *Hip Hop* (figura nº18), a partir do 1982, coma Nas, Missy Elliot ou Salt-N-Pepa. “Eu non dicto a moda, eu traduzo a cultura”, afirmaba o re-deseñador (García, 2023).

O estilo do *Hip Hop*, da man de Dapper Dan e os Lo Life, transcorreu nun xeito no que camisetas, pantalóns, *bombers* e calquera prenda de roupa atopábase cuberta polos logos plaxiados ou *sampleados* das grandes casas. Desta maneira, revertían a simboloxía orixinal das marcas, facéndoa “accesibles” a través das copias. Á extensión dos logos na estética dos rapeiros, engadíase a mestura coas botas Timberland, gorros Kangol, zapatillas sen cordóns, prendas folgadas e anchas que referenciaban as indumentarias carcerarias e o vandálica. (García, 2023)

Todas estas prendas e este tipo de creacións confeccionábanse baixo o pretexto de *pret-à-porter* (en inglés *ready to wear*), é dicir, roupa creada para tallas estandarizadas e non feitas para un corpo ou figura específica. Isto estaba ligado á cultura de masas, moda rápida e á accesibilidade de pezas para todas as clases. En concreto, para as clases minoritarias que non podían permitirse, por razóns económicas, certas marcas.

A mediados da década dos oitenta comezan as colaboracións entre as marcas *streetwear*¹⁸ e os adeptos á escena urbana. Concretamente o 19 de xullo 1986, cando os cantantes RUN DMC

¹⁶ Gueto, segundo a Real Academia Galega: Situación de afastamento a que se somete unha minoría por razóns ideolóxicas, sociais etc.

¹⁷ Marca de roupa dirixida principalmente ás persoas de recursos económicos e clase social elevada.

¹⁸ A revista Vogue México define este termo coma “o resultado de querer crear moda sen pretensións. Antepoñer a comodidade e as tendencias que se ven nas rúas cotidianamente sen deixar de fóra o luxo” Ramírez, M. *¿Qué Es El Streetwear? La Respuesta a La Pregunta Del Momento*. Vogue (15/02/2017) [¿Qué es el Streetwear? La respuesta a la pregunta del momento | Vogue](#). [Consultado o 22/06/2023 ás 21:18].

poñen a marca en escena (de maneira literal) no seu concerto no Madison Square Garden, cantando a súa canción “My Adidas”. Durante a actuación desta canción, o trío involucrou e incitou ás vinte mil persoas a descalzarse e levantar os seus zapatos mentras cantaban a canción. Unha das principais cabezas do marketing de Adidas, Angelo Anastasio, atopábase durante a performance. Este decatouse da capacidade que tiñan os músicos de *Hip Hop* e as súas letras para captar a atención do público. Tras isto, RUN DMC firma un contrato de un millón e medio de dólares con Adidas, sendo o primeiro grupo musical en promover a imaxe dunha marca e ser a súa cara, comezando de maneira oficial as colaboracións entre a subcultura marxina e o mundo das grandes marcas de roupa (Chiais, 2020).

Gradualmente o panorama urbano comezou a ter cabida e visibilidade noutras atmosferas nos que antes nin se plantexaba a opción da súa participación. A través do incremento da música e cultura do *Hip Hop*, a súa presenza foi maior e máis constante, grazas a programas coma “Yo! MTV Raps” (Zuriaga, 2019) no 1988, que ademais expandeu o movemento de maneira internacional; música, cultura, estética e moda cruzaron o Atlántico para chegar e expandirse entre a poboación europea.

O concepto da cultura *underground* non só chega ás clases populares, senón que tamén ós ollos dos grandes deseñadores e marcas que estaban a dictaminar a moda naquel momento; no 1991, Karl Lagerfeld (1933-2019), director de Chanel (marca coñecida e representada polo seu gusto exquisito), cubriu as modelos coas grandes cadeas coñecidas como *name-plate* (Barnard, 2020), empregadas por rapeiros e cantantes, co nome da marca (figura nº19).

Co transcurso da década dos 90 e o progreso nos cambios sociais e políticos, a acollida e aceptación das distintas culturas, a aparición das subculturas faise notable nas pasarelas de alta costura. Jean Paul Gaultier introduce elementos da cultura *ready to wear* nos seus desfiles, coma o denim ou a logomanía; Alexander McQueen foi outro dos deseñadores que introduciu as subculturas na súa colección *Highland Rape* (1995), onde mesturou elementos propios da cultura británica, galesa e do movemento punk (Finel, 2021, 16).

Gradualmente, novas firmas e marcas de roupa emerxen para entrar na escena urbana. Entre as décadas dos anos 80 e 90, nace unha das primeiras marcas cunha esencia específica que se adaptaría nos múltiples estilos das subculturas e dos escenarios destas (*Hip Hop*, *DJ*, *Skate*, *Surf* ou *Punk*). Stüssy e a súa aparición conforman o que se coñece coma o nacemento do *streetwear*. Este alude ó estilo inspirado polas cultura urbana e as subculturas, as cales se

desenrolan e se deixan ver sobre todo en mozos e adultos dunha idade temperá, para reafirmarse a si mesmos e as súas actitudes sobre o círculo no que se moven (Crane, 2000, 187).

Os ideais da marca, a diferenza das grandes casas de luxo que tan só introducían a estética urbana nos seus deseños, estaban fortemente ligados á filosofía das subculturas. Aínda que Shaun Stüssy non se adscribise a unha en concreto ou deseñase pensando no público específico que levaría o seu selo, empregaba a autenticidade e a procura de formas persoais. O DIY¹⁹ que foi reflexo do ambiente *underground* das últimas décadas do século XX, estaba presente nos deseños e formas da marca, igual que o *ready to wear*, tan presente no *Hip Hop*, para calqueira persoa que precisase as súas prendas no momento²⁰.

Coa creación deste tipo de marcas de roupa, máis a previa integración dos símbolos do *street style* en pasarelas e desfiles das grandes casas de luxo, a moda tivo unha reinvencción. A esencia, a identidade e a autenticidade son os valores que priman entre a poboación. Xa non só a un nivel reducido nunha soa cidade coma Nova Iorq, senón de maneira expandida e internacional.

A globalización do *streetwear* tivo as súas facilidades grazas á simultánea aparición de Internet²¹, o cal fixo posible a visualización das distintas sociedades configuradas a través das súas simboloxías, música e ideais. Este movemento experimentou un considerable crecemento a nivel mundial. Os medios de comunicación facilitaron a busca da expresión persoal de cada individuo. Xa non era Vogue quen dictaminaba o que levar nin a súa imposición estaba tan activa, como en períodos anteriores. Tamén influeu o feito de que os anos de represión e contrariedade ó sistema establecido permitiron unha maior liberdade en canto a expresión particular e persoal.

¹⁹ *DIY* ou *Do it yourself* (faino ti mesmo) foi de gran relevancia nos distintos movementos subculturais, xa que era unha maneira de customizar, redeseñar e crear de cero unha peza única que definía tanto a propia tribo como a persoa que elaborou dita peza de roupa. Para obter máis información sobre este fenómeno e a marca Stüssy consultar o libro Luvaas, B. (2012) *DIY Style: Fashion, Music and Global Digital Cultures*. Reino Unido: Bloomsbury Publishing.

²⁰ Shaun Stüssy afirmou que os seus deseños eran adicados para todas as persoas. “Tan só fago roupa básica que un neno de dez anos pode usar e que o meu pai pode usar”. Para ver máis información sobre este tema consultar o artigo Hochswender, Woody (14 Xuño 1992). "Signals; Mean". *The New York Times*. p. 8 da sección 9. [SIGNALS; Mean - The New York Times](#), [Consultado o 03/07/2023 ás 18:34].

²¹ Internet xorde entre finais da década dos 80 e principios da década dos 90. Co avance e as melloras nacen diferentes sectores especializados en moda que poñen a vista na web. É o caso dos blogs, onde informan sobre a moda, influencers, que ensinan e marcan as novidades, ou coolhunters, que son as persoas encargadas de predicir as próximas tendencias.

Co paso dos anos e as melloras comunicativas dentro de internet ou mesmo a aparición dos teléfonos móbiles, o *street style* seguía en auxe. De tal feito que novas, ou xa coñecidas, marcas, coma Off-White, Vetements ou Gucci, entran no mercado da moda de luxo expoñendo e presentando coleccións inspiradas no espazo urbano: *hoodies*, *sneakers*, cargo *jeans* e accesorios que estivesen ou estiveran ligados á cultura das rúas. Máis estas pezas e estas firmas non tiñan o mesmo significado nin os mesmos valores do principio do *street style*. Xa non son feitas para a identidade propia de grupos marxidados, senón que acaban sendo fetiches de valor incalculable tan só accesibles para as altas esferas sociais.

3.2.1. Fenómeno de aceptación social ou de apropiación cultural?

O compendio cultural que deixaron as subculturas reflexa un panorama e unha dinámica contraria ó que ocorrería a medida que avanzaron os anos desde a década dos 80. Observamos como nun período de tempo curto as actividades que se levaron a cabo tanto en zonas marxinais e secundarias das principais cidades (sobre todo Nova Iorq), ou nas áreas que se atopaban en crise, con descontento político e reprimidas, son onde, de maneira paradóxica, estas correntes teñen unha maior capacidade para emerxer.

Co nacemento, a aparición e o desenrolo das subculturas, xunto coa súa idiosincrasia, e o traxecto percorrido de cara ó emprego da súa moda, arte e música nos eidos pertencentes ás altas esferas sociais e adañeiradas, remataron por ser un fito histórico para a visibilidade e aceptación dos distintos plantexamentos e proxectos vitais destes movementos e correntes.

No caso da evolución acaecida dentro da cultura *undeground*, que pasou a ser recoñecida coma *mainstream*, cómpre sinalar, o que neste caso foi unha ventaxa para o crecemento dos distintos xéneros e estilos urbanos, o afastamento e a situación de desigualdade e discriminación social experimentada polos círculos sociais máis desfavorecidos das grandes metropoles. Grazas en parte a esta situación social e política (aínda que case apolítica, xa que o axuntamento neoiorquino escasamente amosaba atención de cara ó barrio do Bronx), foi posible que os distintos xéneros artísticos medrasen sen ningún tipo de prexuízo e ningún cánon imposto dentro deste marco.

A introdución desta escena na arte de galería e na moda de alta costura foi progresiva. Mais trátase dun éxito que ambas conformen un escenario elitista e adañeirado cando sempre estiveron afastadas deste ambiente? Neste caso, aínda que máis ligado co *streetwear* e a moda urbana, entra en xogo a apropiación cultural e as súas consecuencias. O Museo de Arte da

Haya, na súa exposición *Global Wardrobe - the worldwide connection*, defínea coma a “copia” real doutras culturas, cando este plaxio non ten ningún tipo de recoñecemento (2022). Por outro lado, a escritora, comisaria e activista Janice Deul, nunha charla da *Digital Fashion Week Europe* (2021) describiu estas copias coma o emprego de símbolos pertencentes a outras culturas, xeralmente marxinadas e minorizadas, por razóns e motivos estéticos, sen amosar interese polo significado orixinal da pezas (non só vestimenta como tal, senón accesorios, peiteados, actos e símbolos culturais).

A identidade é un concepto que nace en sociedade e en grupo e que non é algo que xurda de maneira individual. Ademais é un concepto que varía segundo a atmosfera na que se execute. É dicir, a identidade cambia en función do sexo, a etnia ou a idade á que pertencen os distintos subgrupos sociais, afastado da idea de constancia e permanencia; os suxeitos relaciónanse segundo as características compartidas relevantes para o seu camiño de relación cos outros membros. A identidade é relacional, xa que vén unida ó pensamento de construción con outros habitantes, ó longo do tempo (Augé, 1996).

Os individuos e a súa construción identitaria única (non en sociedade), está creada, moldeada e modificada non por unha senón por varias relacións levadas a cabo dentro dos círculos do seu ambiente (Godelier, 2010, 8). Estas relacións danse principalmente polo ambiente e cultura na que medran e cohabitan as persoas. É dicir, se un ser vive nunha determinada área ou colectivo, este adscríbese ás costumes e tradicións da sociedade. Por gusto, instinto ou supervivencia.

A expresión das prácticas dos diferentes grupos sociais é levado a cabo en diferentes maneiras. No caso da indumentaria, decatámonos da importancia e o valor que ten a aparencia física, posto que o noso corpo, para ser concibido de maneira social, precisa estar vestido. É así como a través das pezas de roupa, accesorios, peiteados e símbolos empregados á hora de vestir, se plantexan as relacións vinculadas coa vida social (Saltzman, 2019, 20).

Segundo a afirmación de Rocamora (2001, p. 140) :

A fabricación de moda convértese non só na fabricación do obxecto material coñecido coma o vestido de moda, senón na fabricación de ideas sobre a moda, a creación de crenzas que lle aportan significado, xa sexa coma cultura popular [...] ou coma alta cultura.

É dicir, a persoa ou persoas encargadas de confeccionar e elaborar as distintas prendas, non só teñen a responsabilidade de crear vestidos que cubran os corpos para protexelos do frío ou

calquera desvantaxa, senón que teñen a obriga de producir, aproximar e aportar simbolismo nas súas creacións.

A distinta creación e configuración dentro das culturas dos subgrupos do último tercio do século XX, estaba fortemente marcada pola etnicidade dos seus participantes. Anos previos ós inicios do *street style*, a multiplicidade étnica das distintas culturas (especialmente racializadas) minorizadas estaba representada dentro dos grupos suburbanais. Gradualmente, a mocidade foi mesturando os seus símbolos identitarios propios das suas culturas orixinarias con novos movementos, estilos, música e estética dos que eles mesmos estableceron os códigos.

O *underground*, marxinal e secundario ten, neste sentido, unha procedencia que radica nas minorías afastadas da sociedade. Poderíase entender así que o motivo polo que se afastaron e crearon a súa linguaxe propia foi un símbolo de diferenciación do resto de grupos? A resposta a isto vén definida polo feito de que estas culturas eran marxinalizadas porque así o estableceu a sociedade adañeirada e pertencente ás elites. As estéticas e actos culturais “válidos” ou ben vistos eran os levados a cabo dentro da orden establecida, sen cuestionamentos nin plantexamentos dubidosos. Non só isto, senón que os persoeiros e voceiros que dictaminaban e escribían como tiña que ser o funcionamento social, estaban afastados de pertencer ou apoiar a un grupo étnico, a unha clase económica en situación de pobreza, á comunidade LGTBIQ+ ou mesmo na liberación do corpo da muller, obrigado a ser visto e vestido coma canónico. Polo tanto os subgrupos non emerxeron desde unha posición de privilexio, senón que o fixeron como resposta ás inxustas posicións sociais nas que se encadraban.

Nun sentido, coas colaboracións de artistas urbanos nos marcos e ambientes de privilexio son por cuestións de marketing e economía, como observamos co fenómeno de Run DMC e Adidas (Chiais, 2020), que ata que veu que podía sacar beneficio de cantantes pertencentes á unha minoría, estas non tiñan cabida nas atmosferas de poder. Paulativamente a moda e as prácticas das minorías fóronse incorporando, incluíndo coleccións inspiradas ou, neste caso, apropiándose das subculturas e do recoñecemento social que comenzaban a ter.

O espectro da moda urbana e o *streetwear* é cíclico e transfórmase constantemente. Mais cómpre inquirir a bagaxe que trae consigo. É léxítimo que casas adicadas á fabricación de prendas de luxo e de gusto exquisito adopten o rol de confeccionar a moda urbana ou incluso apropiarse de referencias culturais de minorías étnicas? Entre estes feitos, atópanse múltiples

marcas que levaron a cabo coleccións nas que empregaron simboloxías de maneira, condenada polos medios e as propias culturas, como irrespetuosa. Exemplo disto é a marca Vetements²² cando na súa colección para verán do 2019, amosa unha camiseta na que aludía ás que levaban os periodistas durante o conflito de invasión israelí en Líbano no 1982 (figura nº20), pola que o deseñador Gvasalia foi chamado a atención; Vogue Arabia²³ botoulle en cara remover e recordar o conflito onde foron asasinadas miles de personas, á vez que usuarios nas redes sociais catalogan o xesto coma frívolo; por outro lado, plaxia e traslada a idea de Al-Qasimi, un deseñador de orixe emiratí e local, quen un ano antes tomara esa impresión dos periodistas para “destacar a difícil situación de algo que estaba acontecendo no Oriente Medio”. Tamén engade e critica a marca coa alusión de “que Vetements emprégao dunha maneira tan impertinente e provocativa; non creo que se decaten do que significan estas palabras para nós os árabes” (Minthe, 2019).

Existe unha necesidade clara de coñecer as diferentes culturas para poder respetalas á hora do seu uso. A moda conseguiu comercializar e facer dos grupos minorizados unha estética do *street style* na actualidade. No caso da *street art*, non foi nun sentido tan marcado e identificativo como o é a moda. O que si comparten foi a saída ó mercado das culturas que non interesaban e que estaban asociadas ó vandálico e o marxinal.

Enténdese deste xeito que, como todo, a saída do *street style* nos ambientes sociais máis privilexiados ten lugar debido a que as altas esferas da sociedade están en constante procura de novas formas, independentemente da súa orixe e razóns polas cales emerxeron estas.

²² Marca de roupa de luxo creada no ano 2013 en Suíza, cunha estética rompedora e underground. Para coñecer máis sobre o tema, consultar na páxina [Vetements](#) (Consultado o 23/06/2023 ás 19:52).

²³ Para coñecer máis información, consultar na páxina [Instigating Regional Upset, the Qasimi Don't Shoot T-Shirt Reappears at Vetements](#) (Consultado o 23/06/2023 ás 18:58).

4. IMPACTO E DESENROLO NAS CIDADES

4.1. Londres

A gran riqueza cultural que existe na actualidade en Londres é o reflexo do conxunto de distintas actividades, procesos e cambios ocorridos ó longo do último terzo do século XX e principios do XXI. Isto refléxase tanto en museos e pasarelas, coma nas rúas e avenidas.

Unha das principais figuras e representante da cidade como tal é Banksy²⁴. Trátase dun artista urbano anónimo que se veu influído pola *street art* e o *Hip Hop* da década dos anos 80 dos Estados Unidos, tal e como se ve reflexado na súa obra.

A pesar de ser a urbe londinense onde comezaron a gañar sona e recoñecemento as novas pezas que aparecían de maneira repentina e inesperada, os inicios que se coñecen do artista terían lugar na metropole de Bristol, unha cidade que, a finais do século XX, a esquerda estaba radicalizada, á vez que as manifestacións e disturbios era constantes, coma os de Hartcliffe.

A situación política do seu ambiente foi unha das principais influencias nas súas pezas, á vez que o artista parisino Blek le Rat. A súa obra, desde 1999 ata a actualidade, baseouse na composición de obras subversivas onde cuestiona os estándares políticos, as situacións de inxustiza, as desigualdades sociais, o cambio climático ou o maltrato animal empregando o realismo e o humor negro para captar á atención do espectador (figura nº 21).

Os seus actos teñen lugar principalmente nas rúas, mais foi no 2007 cando da o salto ó gran mercado da arte, onde a casa Sotheby's vende unha das súas pezas. Que sentido tiña que unha das figuras que procuraba denunciar as desigualdades participe na diferenzación da sociedade? Mofarse do propio sistema e tratando de idiota a quen compraba “esa merda”. (Potter, 2017, 19) Desta maneira, a figura de Banksy, establecida desde o interior do mundo da arte, loita pola busca da democratización desta, esixíndoa para toda a sociedade, actuando coma o mesmo Robin Hood²⁵.

Por outra banda, a moda e o *street fashion* son dúas pezas clave no desenrolo expresivo dos londinenses. Con todo o que trouxo consigo a contracultura, a música e os movementos de finais de século, os estilismos da cidade beben dun completo eclecticismo que se amosa na actualidade. Esta bagaxe refléxase nun estilo urbano que vai máis alá da *haute couture* e representa a historia da sociedade metropolitana londinense.

²⁴ Nomeado como unha das persoas máis influíntes do ano 2010 pola revista TIME. Para obter máis información sobre este dato, acceder á páxina web [The 2010 TIME 100 Poll Banksy - The 2010 TIME 100 Poll](#)

²⁵ Banksy considérase a si mesmo coma o Robin Hood da arte. Comezou a súa traxectoria co sobrenome de Robin Banx, o que aludiría a “roubar bancos” en inglés (Diehl, 2021, 6).

O escenario do *street style* en Londres a finais do século XX, tiña lugar nos *street markets*, os mercados urbanos, onde non só se vendían distintas pezas de roupa senón que as propias áreas nas que se adscribían estos, servían como punto onde de mostra e referencia dos distintos estilos e estéticas de Londres. O traballo da deseñadora punk Vivienne Westwood (1941-2022), alimentábase do que había nas rúas, mentres outros artistas, coma Alexander McQueen (1969-2010), JW Anderson (1984) ou Christopher Kane (1982) comezaban a emerxer, confeccionando de maneira innovadora e irreverente, influídos pola enerxía da cidade. A multiculturalidade, etnicidade e poliglotismo da capital inglesa son o que converteron o deseño da cidade menos homoxéneo que a produción noutros países coma Francia, Italia ou os Estados Unidos (O'Byrne, 2009, 233).

É por isto polo que é considerada coma unha das capitais da moda, onde as rúas e os habitantes (que mesmo emigraron a Londres) mesturan a súa propia cultura coa escena urbana, punk e rompedora ata configurar novos códigos que xa non só se ven pola metrópole, senón que son transportados arredor do mundo a través de *blogs* e redes sociais adicadas á moda (Padín Otero, 2017).

4.2. Tokio

A arte urbana na cidade de Tokio, a pesar de iniciarse de maneira tímida entre as décadas dos setenta e oitenta, na dos anos noventa aparece o *boom* das expresións artísticas nas rúas xaponesas entre a poboación moza; no 2005 consolídase nun maior rango xeracional da man da exposición *X-Color/Graffiti in Japan* (Ross, 2016, 345).

O prolífero aumento de graffiti comprendido entre principios e finais dos anos 90 foi posible e á vez influído polas tendas adicadas á venda de materiais e instrumentos empregados na *street art*, como a “Funk Crib” no distrito de Shimokitazawa. Este espazo foi de gran relevancia na cidade debido a que servía como centro de intercambio de información sobre como realizar as pezas de arte e as técnicas empregadas, ó igual que o facían as revistas adicadas como tal na instrución do graffiti, coma *Kazemagazine*, ou incluso as dirixidas á mocidade pertencente á subcultura xaponesa, nas que creaban artigos explicando como levar a cabo as obras. Revistas tales coma *HS magazine* ou *Relax* (Ross, 2016, 346).

Igual que o graffiti comezou a viralizarse e a medrar no ambiente nipón, entrando na escena museística e expositiva²⁶, a propia visión que se tiña sobre este na sociedade comezaba a ser pexorativo. Mesmo dentro das exposicións adicadas ó graffiti, os propios artistas eran sinalados e xulgados coma delincuentes ó acusalos de vandalismo.

²⁶ A primeira exposición de graffiti tivo lugar no ano 1996 baixo o nome de “Graffiti Expo '96”, onde interviñeron e participaron distintos personaxes da escena do graffiti xaponés coma KAZZ ou TOMI-E.

A partir da entrada dos 2000, a consideración social sobre o graffiti iniciou o camiño de cara a aceptación grazas á proliferación deste polos barrios coma Shibuya (figura nº22) ou Shinjuku, de máis sona, e en zonas do oeste, onde a persecución policial era máis baixa e as bandas tiñan a oportunidade de crear obras de maior escala sin ter que fuxir.

Con todo, na actualidade as obras urbanas adquiriron un maior recoñecemento e aceptación, sobre todo en zonas da cidade onde as tendas adecuábanse e integrábanse nunha estética máis urbana. Aínda que segue a estar perseguida, a produción de novas pezas urbanas existe de maneira legal, sempre e cando sexa permitida e autorizada, aparecendo muros con estéticas relacionadas coas subculturas xaponesas; por outro lado artistas adscritos a outros movementos, coma Takashi Murakami, crean obras para ser empregadas en espazos urbanos ó longo da cidade.

Ó igual que os distritos e ambientes adicados á *street art*, estes tamén acollen unha gran variedade de distintas subculturas, que gardan tradición xaponesa consigo e o reflexan a través dos seus estilismos. Estes, nos seus inicios, emerxeron ó igual que noutras cidades extranxeiras situadas en norte América e Europa, coma por exemplo o movemento *hippie* ou as minifaldas (procedentes desde os EEUU e Reino Unido) que tiveron fama durante a década dos 60; paulatinamente ambas estéticas fóronse mesturando e xerando novas estéticas entre as décadas dos 80 e os 90, coma ocorre co estilo Kogal que alude a estética colexiala nas súas prendas e maquillaxes branquecinos (Yagi e Yuasa, 2018).

O anime e o manga dos 70 foron de gran influencia, non só nas estéticas urbanas senón tamén no estilo de vida. A raíz do Cosplay²⁷ e doutras subculturas, configúranse unha serie de grupos nos que a moda e os roles teñen un papel fundamental nos seus individuos e non só a nivel de expresión visual senón que tamén forman unha parte fundamental no desenrolo das súas vidas, como segue a acontecer na actualidade.

4.3. París

A simboloxía parisina que se deixa ver ó longo das rúas mostra a disconformidade do pobo coa situación política. Historicamente, as formas empregadas na *street art* déronse así como resposta contraria ás accións gubernamentais establecidas. Desde os anos 70, xorden distintas figuras artísticas na cidade e con elas todo un contido de formas e ideas que pasaron a formar parte da esencia de París e a súa vida urbana. Daniel Buren (1938) comezou empapelando os

²⁷ A palabra Cosplay provén da expresión “Costume play” (xogo de disfraz, traducido do inglés) e trátase dunha subcultura xaponesa onde os seus membros procuran representar unha idea ou semellarse a un personaxe disfrazándose e interpretándoo da maneira máis ceretira posible. Pódese atopar máis información sobre este grupo no artigo: Takashi, T. *Cosplay: Un Lenguaje Universal*. Niponica: Descubriendo Japón 21, 2017.

carteis publicitarios con raias verticais, o seu *Affichage Sauvage*²⁸, co cal empregando elementos do cotián para un uso concreto establecido pola sociedade, desbota o seu significado e dálle un novo uso (Velimirović, 2017); Gérard Zlotykamien (1940) utiliza o retrato das súas figuras, que adoptan o nome de *éphémères*, para representar dunha maneira alternativa ás vítimas de Hiroshima pola capital francesa e mesmo noutras extranxeiras; Ernest Pignon-Ernest (1942) sinala acontecementos tráxicos e históricos desde unha perspectiva única para crear impacto social (Velimirović, 2014); Blek le Rat (1952) emprega coa axuda do spray e o stencil a figura das ratas (figura nº23), xa que son os animais que cohabitan coas persoas nas grandes cidades, procurando humanizar de novo as grandes metrópoles (Dubois, 2022).

Este último persoeiro é de gran importancia na historia da *street art* parisina, xa que é considerado coma o pioneiro do movemento do stencil (Dubois, 2022). A pesar da influencia do primeiro graffiti asexado en Nova Iorq nos anos sesenta nun *wild style*, desenrolou o seu proxecto por París nun *latin style* co stencil, xa que era o que mellor se adaptaba á cidade. Os seus deseños eran de tamaño real e natural, igual que as ratas as cales serían “o único animal que sobreviviría tras unha apocalipse”, según o propio artista afirma (Dubois, 2022). Para el as súas imaxes son un agasallo para a sociedade ademais de contar cun gran compromiso moral con esta.

Por outro lado, en contraste tanto co fenómeno urbano artístico e a moda nas rúas das outras metrópoles, o *street style* e o *streetwear* en París están fortemente influídos polo refinamento e a cultura do gusto exquisito francés.

A diferenza da proliferación dos distintos estilos de vida e de estéticas configuradas entre a poboación *antiestablishment*, a sociedade parisina adopta e abraza a súa tradición. según a revista Vogue (Pérez, 2020) os adxectivos que mellor se adecúan para definir o estilo de París son “clásico” e “elegante”, a diferenza do que se atopa en puntos máis vanguardistas coma Londres ou Nova Iorq.

O estilo parisino leva anos sendo dictaminado a través das grandes casas de moda que foron nadas nesta metropole, acentuando a clasicidade e o refinamento, procurando incluso, ou dando visibilidade a unha gran delimitación entre as formas femininas e masculinas.

Ata agora pezas coma as camisetas de raias, os vaqueiros rectos, as *blazers* en cor azul mariña, o estampado *tweed*, as boinas ou as cazadoras tipo *biker*, son prendas de roupa empregadas e practicamente establecidas por excelencia tanto en armarios coma en rúas

²⁸ A tradución ó galego desta expresión é “exhibición salvaxe”.

francesas (Pérez, 2020). Malia que algúns destes elementos coma o tecido *denim* ou o coiro das cazadoras son sinónimos de *underground*, están mesturadas e integradas na sociedade de París de tal maneira que evocan máis a un estilo requintado que ó que se chegou a configurar en cidades veciñas coma Londres.

Na actualidade obsérvase algún cambio estético proporcionado polos blogs e as figuras influíntes entre a poboación, como ocorre con Caroline de Maigret, autora do libro *How to be parisian*, un manual que alude ás características e desminte os mitos asociados ás mulleres de París. O seu estilo imprégna dos tópicos franceses e á vez bebe da comodidade e do *effortless*²⁹, ligado ó *streetwear*. Grazas a súa figura, apréciase a evolución no estilo da poboación parisina, desde a liña clásica francesa na procura de engadir comodidade á vez que romper coa moda establecida, procurando inserir novos elementos nesta cultura.³⁰

4.4. España: Madrid e Barcelona

A principios dos anos 80, a sociedade en España atopábase no período de Transición, coa Movida revolucionando á mocidade española. Neste momento, onde o punk e o rock and roll eran os principais referentes culturais da xuventude, aparece no escenario madrileño a figura de Muelle (Juan Carlos Argüello, 1965-1995), o primeiro graffiteiro de Madrid. A pesar de que os inicios do graffiti estaban tendo lugar en zonas coma Nova Iorq, e este influíndo no extranxeiro, Muelle non tivo ningunha referencia sobre este ou o Hip Hop. Tan só do movemento Punk e o Rock and Roll (Meléndez Táboas, 2013).

Iniciouse escribindo o nome do seu grupo de música *Salida de emergencia* con rotulador no 1982. Dous anos despois, comezou a empregar o seu apodo de maneira máis sinxela: primeiro pola zona na que residía ata estenderse polo resto da cidade, mellorando e creando novas formas coas que escribir o seu nome (Sánchez Sequera, 2018).

O estilo de graffiti que este realizaba é coñecido por ser *frecheiro*³¹, utilizando unha tipografía que remata nunha frecha, influída na estética punk (figura nº24). Ademais de Muelle,

²⁹ A tradución de *effortless* é “sen esforzo”. Esta expresión alude ó emprego de *outfits* e *looks* desenfadados, sen preocuparse demasiado no traballo destes.

³⁰ Para obter máis información e visualización sobre os estilismos parisinos urbanos na actualidade, pódese visitar o canle de Youtube de Vogue Francia, onde aparecen vídeos amosando ós transeúntes e os seus estilismos, como por exemplo en *Que portent les Parisiens en été?* (23/07/2022) YouTube [Que portent les Parisiens en été ? Ft. Sophie Fontanel | LE STREET STYLE | Vogue France](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 15:17].

³¹ Para coñecer máis información sobre este estilo de graffiti, pódese visitar á páxina web *Historia del Graffiti de Madrid: Estilo Flechero y Hip-Hop*, DEGRAFFITIS (17/05/2022) [HISTORIA del GRAFFITI de MADRID | Estilo FLECHERO y HIP-HOP](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 17:57].

adscibíronse outras figuras ó que se coñece coma graffiti autóctono madrileño, coma Glub ou Josesa. Mesmo Blek le Rat participou na escena artística urbana madrileña dos anos 80.

Por outra banda, a cidade de Barcelona, a diferenza da capital, veuse influenciada polas correntes neoiorquinas de graffiti e *Hip Hop* dos anos 80. Todos os artistas que empregaban o spray tamén bailaban *break dance*. A música foi un dos principais motores do desenrolo da escena artística urbana. Asemade co paso dos anos o incremento de técnicas e solucións artísticas urbanas, coma o emprego do estencil ou de pegatinas, fíxose máis notable pola cidade.

A capital catalana tivo unha maior proliferación e recoñecemento a nivel mundial en comparación con Madrid. A época dourada da *street art* en Cataluña veuse reflexada entre os anos 2000 e 2006, cando as leis sobre as intervencións nas vías públicas se volveron máis estrictas. Desde ese momento os indicios de arte urbana foron reducidos ó que só estaba permitido polos axuntamentos (*BCN Rise&Fall*, 2015).

O *street style* en ambas cidades estivo fortemente influenciado polo movemento Punk, o Rock and Roll e a Movida madrileña. Destacaron as estéticas nas actuacións de bandas, grupos musicais e artistas como Alaska, quen empregaba looks nos que a cor negra era a protagonista, xunto cos tecidos de rede, as chatolas e o cabelo tinguido.

Grazas á popularización do *skateboarding* nas principais cidades e a súa subcultura, as súas estéticas difundíronse polas metrópoles, influenciando asemade na moda urbana en xeral; o emprego de zapatillas deportivas e pantalóns anchos non só estaba representado polas zonas urbanas, senón que se estendeu tamén de cara ós traballos dos deseñadores.

Exemplos de deseñadores que enchen as rúas de vanguardismo son Custo Barcelona ou Ágatha Ruíz de la Prada, as cales rompen cos límites e os cánones na moda para engadir novas formas e deseños entre a poboación española (figuras nº25 e nº26).

5. CONCLUSIONES

Os obxectivos acadados neste traballo conclúense coma un estudo que, coa axuda de distinta webgrafía e bibliografía, entende e amosa a evolución desde os inicios dos movementos da *street art* e do *street style* e como estes pasaron de desenrolarse en escenarios e ambientes marxinais ata chegar expandirse a nivel mundial tendo cabida dentro das galerías, museos, exposicións, pasarelas e desfiles de gran sona.

Entendemos o nacemento de arte urbana coma unha vía escapatoria e un medio no que, a través das distintas pezas e movementos configurados nesta corrente, os que levan a cabo a obra, comezan para buscar un medio no que expresarse e poder evadirse das situacións de discriminación social, risco de entrar en ambientes liderados por bandas e narcotráfico e busca dun selo persoal. Por outra banda, a moda urbana e a súa creación, ligada tamén co ambiente secundario das subculturas, nace como resposta ante as limitacións e discriminacións que padecían os habitantes non privilexiados tanto pola súa situación económica, cultura, etnia ou por calquera motivo de desigualdade por parte das grandes marcas de roupa e o rexeitamento do seu uso entre a poboación que estivese afastada dos habitantes privilexiados e conformes co estado no que vivían.

Neste traballo observamos como ocorre un fenómeno que é cíclico e que sucede na gran maioría de situacións: as persoas adineradas e poderosas conseguen facerse co control e apropiarse das culturas e subculturas minorizadas para crear unha nova moda clasista e mesmo fetichista a través do emprego dos seus símbolos de identidade. Dunha maneira, o que se estaba repetindo polas rúas neorquinias comezou a ser motivo artístico aclamado e aplaudido por galeristas e salas de exposición de sona; desde outro punto de vista, a moda da alta costura fartouse dos deseños clásicos e atopou nova “inspiración” (a palabra correcta neste caso é apropiación) entre os habitantes dos suburbios e os seus estilos de vida, desde a roupa, peiteados e accesorios ata a propia música escoitada e cantada por estas persoas.

A pesar de que todo este fenómeno foi iniciado e sobreexplotado na cidade de Nova Iorque entre os anos 80 ata a actualidade, tamén entendemos tras este estudo que foi unha situación que se manifestou noutras cidades a nivel global, como puidemos observar nos casos de Londres, Bos Aires, Berlín, Tokio e París. Neste sentido tamén obtivemos as razóns polas cales en cidades máis cercanas coma Madrid e Barcelona, ocorreron e se desenrolar dunha menor medida estes movementos.

BIBLIOGRAFÍA:

About Haring. The Keith Haring Foundation (1997-2023) [About Haring | Keith Haring](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 21:00].

About the Artist. The Estate of Jean-Michel Basquiat, (09/08/2018) [About The Artist | The Estate of Jean-Michel Basquiat](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 17:47].

Armstrong, S. (2019) *Street Art*. Londres: Thames&Hudson.

Augé, M. (1996) *El sentido de los otros*. Ediciones Paidós Ibérica.

Barnard, M. (2020) *Fashion Theory: A Reader*. Reino Unido: Taylor & Francis.

BCN Rise&Fall, La Historia Del Arte Urbano En Barcelona. Somos Documentales (28/01/2015) ['BCN Rise&Fall', la historia del arte urbano en Barcelona - Somos Documentales](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 18:57].

Bruno, Diego (2009). *La lucha popular en los Estados Unidos de los '60 y la Ofensiva del Tet*. XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche.

Bueso, R., Codina, M. (2020) *La democratización de la moda en España. Telva 1963-1975*, EUNSA, Pamplona.

Castro, L. *Lady Pink, La Primera Dama Del Grafiti, Feminista y 'Anti-Vandalismo.'* La Vanguardia (19/04/2019) [Lady Pink, la primera dama del grafiti, feminista y "anti-vandalismo"](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:26].

Cervera, R. *¿Qué Es El Arte Urbano?* Flecha.es (29/05/2017) [¿Qué es el Arte Urbano? - Flecha.es](#), [Consultado o 02/07/2023 ás 12:16].

Chiais, E., (2020) *From the Bronx to the Boutiques: The Rise of Street Style in the Fashion Industry*. The culture fashion and society notebook 2020. Milán-Turín: Pearson Italia.

Crane, D. (2000) *Fashion and its social agendas: class, gender, and identity in clothing*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Collins, A. (2017) *Graffiti: Vandalism or Art?* New York: Lucent Press.
- Day, D. R., (2019) *Dapper Dan: Made in Harlem: A Memoir*. Estados Unidos: Random House Publishing Group.
- Demange, X., Aubenas, S., Chardin, V. (2007) *Elegance: The Seeberger Brothers and the Birth of Fashion Photography*. Estados Unidos: Chronicle Books.
- Dubois, S. *Blek Le Rat*. Blek le rat (2022) [Blek le Rat, born Xavier Prou in Boulogne-Billancourt, Paris in 1951, was one of the very first graffiti artists in Paris, and is considered the originator of stencil movement.](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 16:54].
- Finel Honigman, A. (2021) *What Alexander McQueen can Teach You About Fashion?* Londres: Frances Lincoln.
- García, L., 'Se Vestían Como Podían Porque Ninguna Marca Quería Hacerlo': Así Fue La Compleja (Y Lucrativa) Relación de La Moda Con El Hip Hop. S Moda EL PAÍS, (15/05/2023) ["Se vestían como podían porque ninguna marca quería hacerlo": así fue la compleja \(y lucrativa\) relación de la moda con el hip hop](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 18:14].
- Global Wardrobe* Kunstmuseum Den Haag (16/01/2022) [Global Wardrobe | Kunstmuseum Den Haag](#), [Consultado o 24/06/2023 ás 02:31].
- Godelier, M. (2010) *Community, society, culture: Three keys to understanding today's conflicted identities*. Journal of the Royal Anthropological Institute <http://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2009.01593.x>, [Consultado o 24/06/2023 ás 02:42].
- High, K. *The Real and Raucous Story of the Lo Life Crew*. The FADER (09/11/2017) [The Real And Raucous Story Of The Lo Life Crew | The FADER](#), [Consultado o 02/07/2023 ás 01:30].
- Hogan Charles, D. (1971) "Taki 183" Spawns Pen Pals. The New York Times.
- Holt, F., Wergin, C. *Musical Performance and the Changing City: Post-industrial Contexts in Europe and the United States*.(2013) Reino Unido: Taylor & Francis.
- Horyn, Cathy. *All about Bill*.The Cut (04/09/2019) [An Excerpt from the 'Bill Cunningham: On the Street' Book](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:58].

Kane, A. *The Story of Samo©, Basquiat's First Art Project*. Dazed, (06/09/2017) [The story of SAMO©, Basquiat's first art project | Dazed](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 17:53].

Keith Haring Ch 12 Interview. YouTube (2017) [Keith Haring Ch 12 Interview](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 22:01].

Kindersley, Dolley. 2012. *Moda. Historia y Estilismos*. Gran Bretaña: Penguin random House.

Kolossa, A. (2004). *Haring*. Colonia: Taschen.

L'Official, P., (2020) *Urban Legends: The South Bronx in Representation and Ruin*. Estados Unidos: Harvard University Press.

Lady Pink - Moodment Films. YouTube (2015) [Lady Pink - Moodment Films](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 21:41].

Larraondo, C. “Memorias de Bill Cunningham: El Primer Fotógrafo Del Street Style.” TELVA, (01/07/2019) [Memorias de Bill Cunningham: el primer fotógrafo del street style | Telva.com](#), [Consultado o 01/07/2023 ás 17:23].

Luis, N. *En 2020 El Street Style No Es El de Siempre, Pero Siempre Nos Quedará El Primero Que Inmortalizaron Los Hermanos Seeberger*. Vogue España, (29/09/2020) [En 2020 el street style no es el de siempre, pero siempre nos quedará el de los hermanos Seeberger](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 17:45].

Meléndez Táboas, A. *Ilustradores de Pared En Madrid*. Arte, Arquitectura, Comunicación y Ciudad: Interacciones y Diálogos 13, (2013): 569–86. [Ilustradores de pared en Madrid - Dialnet](#), [Consultado o 02/07/2023 ás 13:25].

Minthe, C. *Instigating Regional Upset the Qasimi Don't Shoot T-Shirt Reappears at Vetements*. Vogue Arabia (22/06/2019) [Instigating Regional Upset, the Qasimi Don't Shoot T-Shirt Reappears at Vetements](#), [Consultado o 24/06/2023 ás 02:36].

Montez, R., Yablonksy, L., Warsh, L., Buchhart, D., Ricard, R. (2022) *Keith Haring | Jean-Michel Basquiat: Crossing Lines*. Austria: Princeton University Press.

Nilan, P., Freixa, C. (2006) *Global youth? Hybrid identities, plural worlds*. Reino Unido: Taylor and Francis.

O'Byrne, R. (2009) *Style City: How London became a Fashion Capital*. Londres: Frances Lincoln.

Padilla, B. "Luces y Sombras. Richard Hambleton." *Imaginart* (2020) [Luces y sombras. Richard Hambleton](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 21:58].

Padín Otero, R. *La Articulación de La Moda En El Espacio Museístico En El Cambio de Milenio*. Tesis Doutoral. Universidade de Vigo (2017.) [La articulación de la moda en el espacio museístico en el cambio de milenio - Dialnet](#)

Pérez Méndez, M.J. *¿Ha dejado ver el 'street style' de París un nuevo estilo parisino?*, *Vogue España* (05/03/2020) [¿El 'street style' de París ha dejado ver un nuevo estilo parisino? | Vogue España](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 16:29].

Pérez Sánchez, F. *Coco Chanel Sabía (Desde 1930)Cuál Sería El Pantalón Más Favorecedor Para La Mujer de 2020*. *Vogue*, (27/09/2020) [Los pantalones más favorecedores para una mujer los descubrió Coco Chanel](#), [Consultado o 01/07/2023 ás 17:44].

Polhemus, T. (1994) *Streetstyle*. Londres: Thames&Hudson.

Potter, P. (2017) *Banksy : Usted representa una amenaza tolerable y si no fuera así, ya lo sabría...* Buenos Aires: La marca editora.

¿Quién Es Cornbread? El Pionero Del Graffiti EN EE.UU. DEGRAFFITIS, (12/01/2022) [¿Quién es CORNBREAD? El Pionero del GRAFFITI en EE.UU.](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 17:57].

Ramírez Blanco, J. *Primitivismo Pop: Jean-Michel Basquiat, a Retrospective*. *Arquitectura Viva* 178 (2015) ["Primitivismo pop" / "Jean-Michel Basquiat: A Retrospective"](#), [Consultado o 01/07/2023 ás 12:31].

Riviere, Melisa. *Interview with Lady Pink* (1998) [Interview with Lady Pink By Melisa Riviere, 1998](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:23].

Rocamora, A. (2001). *High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian*. Fashion Theory [High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian](#), [Consultado o 24/06/2023 ás 02:46].

Ross, J. (2019) *Routledge Handbook of Graffiti and street art*. London: Routledge.

Salgado, S. *Bill Cunningham: El Antropólogo Detrás Del Lente*, Fashion Radicals (30/06/2016) [BILL CUNNINGHAM: el antropólogo detrás del lente - Fashion Radicals](#) , [Consultado o 22/06/2023 ás 20:19].

Saltzman, A. (2019). *La metáfora de la piel. Sobre el diseño de la vestimenta*. Argentina: grupo Planeta.

Sancho Cardiel, M. *El Racismo Que Hizo de Basquiat Una Estrella Pop Del Arte*. El Mundo (10/08/2013) https://www-elmundo-es.translate.google.com/translate?_x_tr_sl=es&_x_tr_tl=gl&_x_tr_hl=gl&_x_tr_pto=sc, [Consultado o 22/06/2023 ás 18:12].

Sánchez Sequera, M. Muelle, *El Primero de Los Flecheros*. La Movida (08/12/2018). [Muelle, el primero de los flecheros – La Movida](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 19:01].

Séeberger. inDeauville (24/06/2022) [SEEBERGER | inDeauville - Turismo, Eventos, Guía de la ciudad - El sitio oficial de Deauville](#), [Consultado o 01/06/2023 ás 17:39].

Sorelia Felix de Castro, M., J., Clerton de Oliveira Martins, K. P., Martins Ferreira. *A Resistência Na Moda Através Do Tempo: Movimento Punk e Slow Fashion*. Dialnet (2019) [A resistência na moda através do tempo: movimento punk e slow fashion. - Dialnet](#), [Consultado o 01/07/2023 ás 18:21].

Taki 183, TAKI 183 (2017) [TAKI 183](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:43].

Tenseione. *La Cultura Lo Life En El Hip Hop*. The A-1 Chapters (05/03/2020), [LA CULTURA LO LIFE EN EL HIP HOP | The A-1 Chapters](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 20:45].

Toharia, M. *Arte Urbano Callejero*. El País, (03/06/2015) [Arte urbano callejero | Seres Urbanos | Planeta Futuro | EL PAÍS](#), [Consultado o 22/06/2023 ás 18:14].

Velimirović, A. *Daniel Buren*. Widewalls (21/03/2017). [Daniel Buren | Widewalls](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 16:45].

Velimirović, A. *Ernest Pignon-Ernest*. Widewalls, (14/01/2014) [Ernest Pignon-Ernest - 18 Artworks to Discover and Buy | Widewalls](#), [Consultado o 30/06/2023 ás 16:49].

Vermorel, J., Vermorel, F., (1987) *Sex Pistols: The inside story*. Londres: Omnibus.

Vernik, E., Borisonik, H. (2016) *Georg Simmel, un siglo después. Actualidad y perspectiva*. Buenos Aires: Clacso.

Yagi, Y. e Yuasa T. (2018) *Tokyo street style*. New York: Abrams.

Zuriaga, D. (03/09/2019) *Yo! MTV Raps, El Primer Programa de Rap Cumple 30 Años*. All City Canvas [Yo! MTV Raps, el primer programa de rap cumple 30 años - All City Canvas](#), [Consultado o 02/07/2023 ás 01:45].

ANEXO:



Figura nº1: Manifestación do grupo Black Panthers (1968).
Imaxe recuperada de [“Black Panthers Party”: Apuntes sobre la autoorganización, autodefensa y la lucha antirracial](#)



Figura nº2: *NOE TEKIERO* (2023).
Marquesiña na Lomba de Lariño (Carnota) Arquivo persoal.



Figura nº3: Firma ou *tag* de Cornbread.

Imaxe recuperada de [¿Quién es CORNBREAD? EL Pionero del GRAFFITI en EE.UU](#)



Figura nº4: Sinatura ou *tag* de Taki 183.

Imaxe recuperada de [TAKI 183](#)

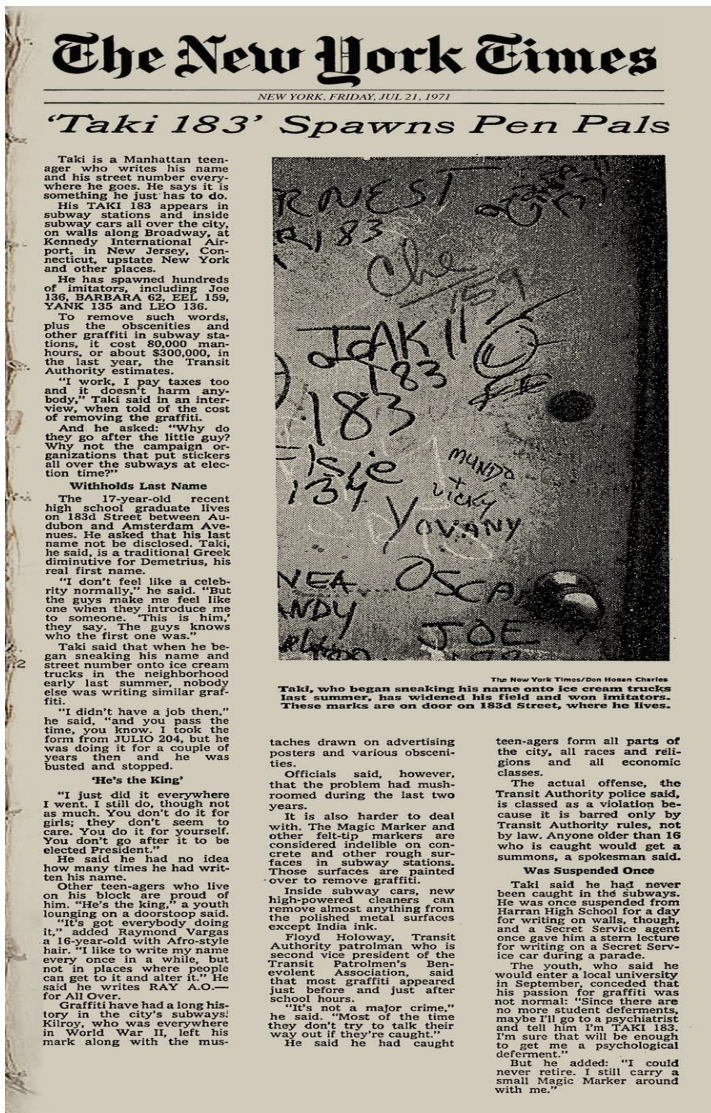


Figura nº5: Impresión da páxina da entrevista do xornal The New York Times a Taki 183. Don Hogan Charles "Taki 183" Spawns Pen Pals. The New York Times (21/07/1971). Imaxe recuperada de [TAKI 183](#)

Figura nº6: Fotografía dun vagón asinado por Lady Pink (1993). Imaxe recuperada de [Trains — LadyPinkNYC](#)





.Figuras nº7 e nº8: fotografías dos irmáns Seeberger retratando os looks da sociedade francesa (1924).

Imaxes recuperadas de

<https://www.gettyimages.es/fotos/seeberger-freres-?assettype=image&phrase=seeberger%20freres%20&sort=mostpopular&license=rf%2Crm>



Figuras nº9 e nº10: fotografías dos modelos vestindo a roupa de Vivienne Westwood (1977).

Imaxes recuperadas de

<https://www.gettyimages.es/search/more-like-this/1440635170?assettype=image&family=editorial&phrase=vivienne%20westwood%20punk&page=2>

57th and Fifth: A Holiday Magnet for the World



There is always a parade on Fifth Avenue, and the spot for any intrepid photographer to view it, especially during the frenzied last week of the year, is the corner of 57th Street. It is a parade of style, of life and of fashion, written a store's store of Tiffany's, Bonwit Teller's and Bergdorf Goodman's. Paloma Picasso, daughter of the legend, has just flown in from France to shop. Why did she forsake the Champs Elysees? "It was too quiet in France — we've come for the vitality of New York at the holidays," she says. Greta Garbo slips surreptitiously by. No comment from her. Stanley Marcus, the Dallas department store magnate, ambles by. Bonwit Teller's, assessing the competition and puffing on his pipe. And Gloria Vanderbilt sweeps by in a peach-dyed fox coat.

Mirella Agnelli, wife of the Italian auto magnate, stepping up to the sidewalk at Fifth Avenue at 57th Street last week in her Russian sable coat.

It's all right to stare; everybody expects it. Countess Consuelo Crespi, wrapped in fur, rushes past. Patricia Kennedy Lawford, disheveled momentarily by a sudden breeze, poses. And Mirella Agnelli, wife of the Italian auto entrepreneur, in a Russian sable coat, also pauses for the camera. For every click of the camera that catches a famous face, thousands pass unknown.



Stanley Marcus, above, strolling on Fifth Avenue on a visit from Dallas. At right, Gloria Vanderbilt dashes by in a fox coat. Countess Consuelo Crespi, left, draws stares of passers-by as she passes with purchases on her arm.



Above, Patricia Kennedy Lawford smiles against the city gusts. Paloma Picasso, below right, pauses with husband, Rafael Lopez Sanchez, center, and Javier Arroyuelo, the playwright.



Greta Garbo, 72, slips by practically unnoticed.



Photographs for The New York Times by © BILL CUNNINGHAM

Figura nº11: Fragmento da columna "On the Street" do jornal The New York Times (1978). Imaxe recuperada de [Bill Cunningham: la moda de las calles de Nueva York](#)

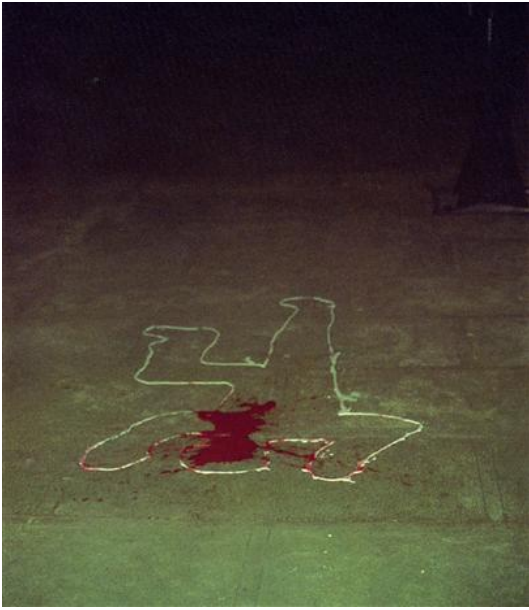


Figura nº12: Richard Hambleton, *Image Mass Murder* (1976-1979).

Imaxe recuperada de [Image Mass Murder, c.1977 - Richard Hambleton - WikiArt.org](#)



Figura nº13: Richard Hambleton, *I only have eyes for you* (1980-1981).

Imaxe recuperada de [I Only Have Eyes for You, 1980 - Richard Hambleton](#)



Figura nº14: Richard Hambleton, *Shadowmen* (1981-1987).

Imaxe recuperada de [Richard Hambleton, 'Shadowman' of the '80s Art Scene, Dies at 65 - The New York Times](#)



Figura nº15: Fotografía na que aparece Jean-Michel Basquiat cunha parede asinada baixo SAMO.
Imaxe recuperada de [Basquiat. Boom for Real - SCHIRN MAG](#)



Figura nº16: Fotografía de Keith Haring debuxando nas estacións de metro.
Imaxe recuperada de [Keith Haring: De las calles a las galerías](#)



Figura nº17: Fotografía da mocidade dos anos 80 facendo uso da cultura Lo Life na súa indumentara.

Imaxe recuperada de [The legendary style of NYC's Lo Life crew | HUNGER TV](#)



Figura nº18: Fotografía do grupo Salt and Pepa vestidas de Daper Dan (1987).

Imaxe recuperada de ["Se vestían como podían porque ningunha marca quería facerlo": así fue la compleja \(y lucrativa\) relación de la moda con el hip hop](#)



Figura nº19: Desfile Chanel Fall 1991 Ready-to-wear.
Imaxe recuperada de [Chanel Fall 1991 Ready-to-Wear Fashion Show | Vogue](#)



Figura nº20: desfile Vetements Spring 2020.
Imaxe recuperada de [Instigating Regional Upset, the Qasimi Don't Shoot T-Shirt Reappears at Vetements](#)



Figura nº21: Obra de Banksy (2023)

Imaxe recuperada de [Margate: El ayuntamiento de una ciudad inglesa desmonta el último mural de Banksy | Cultura | EL PAÍS](#)



Figura nº22: murais de Akira no distrito de Shibuya (2018).

Imaxe recuperada de [Akira Murals at Shibuya Parco, Tokyo June 2018. - Halcyon Realms - Art Book Reviews - Anime, Manga, Film, Photography](#)



Figura nº23: ratas creadas a partir do emprego do stencil por Blek le Rat en París (1982)
Imaxe recuperada de [1980s – Blek le Rat](#)



Figura nº24: Muelle creando unha das súas pezas na rúa.
Imaxe recuperada de [▷ ¿Quién fue MUELLE? El pionero del GRAFFITI en MADRID](#)



Figuras nº25 e nº26: imaxes da pasarela de xaneiro 2020 na que Custo Barcelona emprega elementos propios do *streetwear*.

Imaxe recuperada de

<https://smoda.elpais.com/moda/custo-barcelona-y-su-universo-futurista/100339155/image/100339172>