

ARTE URBANO

JUAN ESTEBAN TORO PARRA



Asesora

Elina Londoño

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
ESPECIALIZACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS
MEDELLÍN
2023



Arte urbano. Comuna 13. Medellín, Colombia

"Leí que los investigadores de un gran museo en Londres descubrieron que la persona promedio mira una pintura durante ocho segundos. Por lo tanto, si usted pone su arte en un semáforo, ya está obteniendo mejores números que Rembrandt"

Banksy

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. Pregunta problematizadora	8
1.2 Objetivo General	8
1.3 Objetivos específicos	8
2. CONSTRUCCIÓN DE REFERENTES TEÓRICOS	10
3. METODOLOGÍA	14
4. DISEÑO DE INSTRUMENTOS	18
5. TRABAJO DE CAMPO, APLICACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN	23
6. CONCLUSIONES	26
7. PRODUCTO	33
8. REFERENCIAS	36

Resumen

Este estudio de caso aborda la evolución de la cultura *street art* o arte urbano desde sus inicios, desde la época de postguerra hasta la actualidad y cómo esta se ha venido convirtiendo en un movimiento reconocido a nivel mundial por su crítica social, política y económica, que desde la cultura y el arte se inspira como forma de expresión. A su vez, su arribo a Colombia, sus avances en cada una de las ciudades principales, especialmente en la ciudad de Medellín, así como sus principales expositores y su organización. Profundizamos en cómo el artista urbano es reconocido por la sociedad y cómo sus obras se convierten en expresiones políticas y medios de comunicación que generan memoria en la sociedad.

Palabras clave: arte urbano, Medellín, política, crítica, sociedad y memoria.

Abstract

This case research work refers to the history of the evolution of street art or urban art culture from its beginnings, from the post-war era to the present day and how it has become a movement recognized worldwide for its criticism. social, political and economic, which are inspired by culture and art as a form of expression. In turn, its arrival in Colombia, its progress in each of the main cities, especially in the city of Medellin, as well as its main exhibitors and their organization. We delve into how the urban artist is recognized by society and how his works are defined in political expressions and media generate memory in the community through creativity and colors.

Keywords: urban art, Medellín, politics, criticism, society and memory.

1. Planteamiento del problema

El arte urbano o *street art* surge en Francia en los años setenta y ochenta paralelamente al *graffiti*, como una nueva forma de hacer arte, diferenciándolo de este último por su técnica y motivación como instrumento de denuncia popular. Pues los artistas que practican esta disciplina son inspirados en emitir mensajes que cuestionan el desarrollo político y económico desde la crítica y la reflexión. Lo que también ha generado cierto debate sobre la utilización del espacio público en el mundo.

En Colombia el arte urbano data de más de treinta años y surge por medio de una serie de expresiones artísticas como formas de protesta o denuncia popular al igual que en Europa, lo que la convierte en una cultura callejera. Con la peculiaridad de generar una mirada distinta del mundo, dar vida a las calles y ser una opción de comunicación más para aquellas personas que no quieren quedarse calladas y ser protagonistas, es decir no pasar desapercibidas.

A lo largo de los años esta técnica suscita cualquier cantidad de críticas desconociendo que este movimiento artístico ha creado lazos sociales para generar oportunidades a lo largo y ancho del país, y que gracias a sus obras se ha convertido en un referente latinoamericano.

Así mismo, es una forma de valorar el arte y el talento de los jóvenes, tanto hombres como mujeres, ya que la aceptación de la sociedad por este medio de manifestación es cada vez más positiva e inclusiva. En el departamento de Antioquia, esta disciplina, ha ayudado a crear nuevas voces que enriquecen el patrimonio cultural de la región, de sus montañas, ríos y campesinos, transformando el entorno de una forma positiva, sellando capítulos y memoria del pasado oscuro sobre todo en regiones como el Urabá y el Bajo Cauca antioqueño; producto del conflicto armado, el desplazamiento forzado, pobreza y miseria.

Esta diversidad artística atrae la atención de propios y visitantes lo que ha permitido la realización de varios festivales especializados propiamente en el arte urbano, sirviendo como medio y herramienta de debate en temas álgidos y complejos como lo son la política, la

resiliencia social, la cultura y la historia, plasmando en murales hechos y realidades que viven día a día los ciudadanos, especialmente, el de a pie.

Trasladándonos a las urbes, esta técnica de arte urbano surge en su mayoría de veces en las zonas periféricas, como ya se dijo, con una gran dosis de contenido político, teniendo como referentes las metrópolis de París y Madrid que, en los tiempos de postguerra, en las zonas más apartadas y periféricas se concentraban estos grupos locales y artistas propios de sus localidades reconociendo sus realidades y abordando incluso la crítica literaria en sus piezas artísticas.

En su mente está la capacidad para identificar espacios deprimidos u olvidados, para desarrollar un concepto de manifestación pública hasta gratis a pedido de muchos. Cabiendo resaltar que, en la última década, este tipo de arte, se ha expandido de manera considerable alrededor del mundo, con exposiciones en grandes museos, galerías y esculturas, quiere volar con su imaginación y que el mundo mire este tipo de arte como lo que es, y no como lo quisieron ver algunos en sus principios, ortodoxos, sobre todo en Barcelona, como vandalismo.

Ahora es reconocido como arte puro, talento, magia, una técnica que da vida, que saca lo mejor del ser, y que adorna los paisajes con sus colores, que florece y germina. Este arte ha sido reconocido a lo largo de su historia, como una forma de libertad de expresión, de manifestación, de rebeldía, con verdaderos significados en su renovación.

Esta praxis artística es conocida como la superación del abandono, de esas zonas urbanas deterioradas, aprovechándose para dar causa y condición de expansión a este de nuevo urbanismo, naturalizando así, una condición libre, un estilo de vida propio, que construye diferentes miradas sociales y la moral con la que se mira el mundo, por lo menos en el propio entorno.

Retórica hecha desde la arquitectura propia del urbanismo, desde los rezagos y los escombros que dejaron los patrones impuestos a los largo de los años, un salto a la vida donde se crean nuevos territorios, desde las autonomías, desde la mano de obra calificada, desde la

capacidades, virtudes y vocación territorial de los pueblos, indígenas, raizales, campesinas, afrodescendientes y otras más que se suman a este nuevo concepto de inclusión desde el arte, la cultura, la fascinación de las costumbres y el hecho de ser personas, de sentir, de vivir y de gozar el aire puro que transita por las montañas del Valle de Aburrá.

Un renacimiento que practica una crítica urbana a través de imaginarios de ciudad, en la que no existe el conflicto, ni la desigualdad, que busca construir mensajes de aliento a las personas mismas sobre lo que son como sociedad y lo que deberían ser. Un corte crítico, el cual todos los habitantes conforman e integran, sembrando huellas, en busca de revelar eso que tanto les han quitado, desde las calles, las plazas, los edificios, los rostros que quieren sonreír, encontrar nuevas formas de ver la vida, cambiar para bien a sí mismos y sus costumbres, reducir los problemas que se plantean alrededor de los vacíos políticos que dejan los gobiernos, y de la mano del crecimiento industrial, recuperar el semblante a través del arte.

En la ciudad de Medellín hay más de 600 graffitis en distintas zonas, desde Niquía hasta Guayabal, murales coloreados, como símbolo de lo que fue esta capital en los años ochenta y noventa, y lo que es ahora. La ciudad más innovadora del mundo, que junto al arte urbano desarrolla su estilo propio, potenciando y creando así una ruta, que lleva a Medellín hacer la capital del arte urbano callejero en el mundo. Dando color y vida, en sus puentes, calles y edificios, con murales alusivos a la cultura propia de la ciudad, su diversidad, sus montañas y sus flores, más de cien mil metros cuadrados de arte que enriquece y da vida a la villa-villa, a la tacita de plata, inspirados también en sus animales, su cielo, su metro, y todo lo que engalana a la bella Medellín en sus distintos festivales y ferias de *street art*.

Por estas razones, y partiendo de la pregunta *¿Cuáles son las expresiones políticas y sociales promovidas a través del street art?* este trabajo de investigación va dirigido a entender e identificar cómo a través del arte urbano los jóvenes artistas de la Corporación Galería Urbana de Medellín han expresado y expresan en sus obras, ideas políticas y sociales. Cómo por medio del arte urbano se crean lazos sociales y apropiación del territorio, inspirados en

distintos artistas reconocidos a nivel mundial como Banksy, John Fekner, Shepard Fairey, Blek Le Rat, Jacek Tylicki, entre otros, y cómo a través de su creatividad, talento e ideas tienen la capacidad de influir en la sociedad, relacionándose públicamente con los diferentes actores sociales de la ciudad, contando su historia, creando memoria y cultura, contando como la gente de Medellín ha resistido a la violencia y al conflicto, a las arbitrariedades y el atropello, única y exclusivamente con arte urbano puro. Una forma de comunicarse. Una forma distinta de expresión.

1.1. Pregunta problematizadora

¿Cuáles son las expresiones políticas y sociales promovidas a través del arte urbano y cómo estas crean significados, simbolismo y memoria en los habitantes de la ciudad de Medellín, desde las obras de la Corporación Galería Urbana?

1.2 Objetivo General

Identificar las expresiones políticas y sociales promovidas a través del arte urbano por la Corporación Galería Urbana en la ciudad de Medellín.

1.3 Objetivos específicos

1. Reseñar la historia del arte urbano, cómo fue su surgimiento, evolución y cuáles son sus objetivos a través de sus diferentes formas de aplicarlo. Así como de entender su intención y con qué argumentos se desarrolla.

2. Exponer cómo la práctica del arte urbano cobra mayor relevancia en las sociedades modernas.

3. Explorar los distintos mensajes de interés colectivo a través del arte



Obra Galería Urbana Medellín



Obra *El Bosque de los Guayacanes*, Galería Urbana Medellín (Puente Colombia)

2. Construcción de referentes teóricos

En este estudio de caso plantearemos la sustentación teórica por medio de distintos autores quienes han llevado a cabo investigaciones relacionadas al surgimiento del arte urbano en el mundo, desde diferentes perspectivas. También distintas posturas académicas, gremiales y sociales sobre la contribución del arte urbano en la construcción de sociedades modernas y acciones en distintas ciudades como práctica política de participación.

Basados en este marco teórico el sociólogo, filósofo, y ensayista polaco-británico de origen judío Zygmunt Bauman (2000) a partir de su teoría sobre la “modernidad”, permite comprender que las sociedades modernas están siempre en constante cambio o fluidez. Y como por medio de esta teoría ayuda a entender cómo las sociedades se van transformando en sus distintas épocas dando paso a nuevas corrientes de comunicación. Cómo él lo dice en su libro:

[...] el espacio y el tiempo se separan de la práctica vital y entre sí, y pueden ser teorizados como categorías de estrategia y acción mutuamente independientes, cuando dejan de ser –como solían serlo en los siglos premodernos– aspectos entrelazados y apenas discernibles de la experiencia viva, unidos por una relación de correspondencia estable y aparentemente invulnerable. En la modernidad, el tiempo tiene historia, gracias a su “capacidad de contención” que se amplía permanentemente: la prolongación de los tramos de espacio que las unidades de tiempo permiten “pasar”, “cruzar”, “cubrir” ... o conquistar. (Bauman, 2000, p. 14)

Haciendo referencia a que el tiempo y el espacio donde se ha desarrollado el ser humano, son propensos a tener cambios sociales dentro de los imaginarios urbanos, como los son los conceptos que se tienen de ciudad y de urbanismo, y que estos cambian dependiendo

del contexto social donde se desarrollen, su cultura, religión y otras características de idiosincrasia.

Bauman también manifiesta que los modelos de ciudad se pueden mirar tanto desde las formas subjetivas y objetivas en una sociedad donde el hombre tiene libertades, de pensamiento, políticas y de expresión.

Simon Armstrong uno de los principales teóricos en el arte urbano más importantes del mundo en su libro *Street art* manifiesta que, desde las calles, túneles, puentes, ferroviarios y hasta las más glamurosas ferias internacionales de arte, el *street art* se ha convertido en un fenómeno global, haciendo referencia a que este tipo de arte o movimiento influye en la sociedad (Armstrong, 2019).

En este libro Armstrong realiza un análisis de la compleja relación entre el arte urbano, la ley y el mundo del arte comercial, esto a medida que el arte urbano evoluciona y va adoptando nuevos materiales, estilos y técnicas, y cómo esa forma de arte que una vez fue marginal se ha graduado en galerías de arte y en el mercado del arte, al tiempo que influye fuertemente en el diseño, la moda, la publicidad y en la cultura. Su teoría se sustenta a partir de una pregunta ¿Cómo puede este acto, descrito como ilegal, establecerse como arte, y ser la expresión de una cultura? A lo que él mismo responde: “*el street art pone de manifiesto a qué le temen sus detractores; a perder el control el poder y el valor*” (Armstrong, 2019, p.).

El sociólogo y crítico francés Nicolás Bourriaud en su libro *Estética relacional* propone el concepto de arte relacional como una forma de arte que se desarrolla en el contexto de las interacciones sociales y los espacios urbanos. Según Bourriaud (2016) el arte urbano se define por su capacidad de establecer relaciones y generar experiencias en el entorno urbano. Para él, el arte no se trata solo de la producción de objetos artísticos sino de la creación de situaciones y encuentros que implican la participación activa de los espectadores y el uso del espacio público como plataforma de expresión. Bourriaud, también destaca la importancia del

arte urbano como una forma de resistencia y crítica social, una forma de intervención en el paisaje urbano, cuestionando las normas establecidas y generando nuevas formas de imaginario colectivo.

Otro teórico, muy importante en esta materia, es el escritor estadounidense Richard Florida, conocido por su libro *The Rise of the Creative Class* (El auge de la clase creativa). En su libro argumenta que el arte urbano y la presencia de artistas en las ciudades son indicadores de vitalidad y la capacidad de innovación de una ciudad. Según él, las ciudades que fomentan y apoyan el arte urbano y la cultura creativa tienden a ser más exitosas en términos económicos y atractivas para la población joven y talentosa (Florida, 2019).



Obra *El Bosque de los Guayacanes*, Galería Urbana Medellín



Obra *Llegando a la montaña la comadre*, Galería Urbana Medellín

3. Metodología

Para este estudio de caso se ha revisado desde lo general a lo específico en cuanto al origen del arte urbano o *street art* con los inicios que tuvo en Europa entre los años cincuenta y sesenta, y el auge que posteriormente ha tenido en el mundo, llegando así a Colombia y a Medellín, en esta última donde ha ido creando un arraigo cultural de más de treinta años, de ahí que en la actualidad la ciudad ha aumentado su participación en revistas, museos, festivales y galerías.

A su vez, el rastreo de esta historia, permitió identificar la dinámica del movimiento a nivel mundial y su influencia en Colombia, como también sus artistas, corporaciones, escuelas, festivales y programas relacionados con el arte urbano en la ciudad. Esta fase exploratoria e investigativa se ha adelantado iniciando con la definición del tema, ideas y objetivos sobre el arte urbano, recopilando información de base en cada una de las etapas de este estudio de caso, pero especialmente partiendo de la pregunta: ¿Cuáles son las expresiones políticas y sociales promovidas a través del arte urbano y cómo estas crean significados, simbolismo y memoria en habitantes de la ciudad de Medellín desde las obras de la Corporación Galería Urbana?

Nos enfocamos en entender el fenómeno del arte urbano en la ciudad de Medellín y cómo este ha evolucionado con el pasar del tiempo a tal punto de expresar ideas políticas y posturas sociales a través del mismo, e identificar sus orígenes apoyados en algunas referencias teóricas que nos permiten entender mejor lo que pasa alrededor de este movimiento llamado *street art*.

También se realizaron algunos recorridos por la ciudad de Medellín, especialmente donde el arte urbano se ha convertido en una forma de comunicarse, una forma de crear cultura y un estilo de vida, lo que nos ayuda a comprender mejor su intención social y su participación en la transformación de los territorios y de las comunidades, especialmente en las zonas más olvidadas de la ciudad. Por otro lado, realizamos exploración virtual de estos temas, a través de

internet y las redes sociales, acudiendo a blogs, sitios web u artículos de revistas o informes, como el caso del sitio web Patrimonio de Medellín, entidad ligada a la Alcaldía de Medellín. Así pues se ha tenido acceso a datos estadísticos y económicos sobre el impacto que tiene el arte urbano en Medellín, y cómo esta afecta para bien la imagen de la ciudad e incrementa el turismo, como por ejemplo lo que ha ocurrido con la comuna 13 y el *Graffiti tour*.

Por eso, para esta segunda etapa exploratoria del proyecto de investigación y trabajo de campo, se buscó aplicar técnicas y estrategias que nos ayudaron a profundizar más en el objeto de estudio y obtener mejores resultados con miras a desarrollar los objetivos planteados, por lo que, la metodología empleada para este caso de estudio es de corte cuantitativo, que consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno de objeto de estudio. Donde es indispensable contar con la teoría ya construida dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo, que radica en extraer una conclusión con base en una premisa o una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas, y que asume la lógica como instrumento para obtener un resultado, apoyados en un conjunto de afirmaciones que se dan por ciertas.

Inspirado en el libro *Métodos de Investigación* de Marco Antonio Rodríguez Peñuelas donde señala que el método cuantitativo se centra en los hechos y causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Así pues se utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre variables definidas operacionalmente, en el que regularmente la presentación de resultados de estudio cuantitativo viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico.

Otros referentes para delimitar esta metodología de investigación fueron los autores Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista quienes en su libro *Metodología de la*

Investigación manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede la siguiente y no podemos brindar o eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego podemos redefinir una alguna fase y parte de una idea, que va acotándose y, una delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables, se desarrolla un plan para probarlas; se miden las variables en un determinado contexto se analizan las mediciones obtenidas y se establece una serie de conclusiones respecto a las hipótesis (Hernández, *et al.*, 2014).



Obra *Reforestando la ciudad*, Galería Urbana Medellín



Obra *Una selva en el cemento*, Galería Urbana Medellín

4. Diseño de instrumentos

La metodología cuantitativa parte del diseño de una idea que se transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes, que son medibles estadísticamente y establece una serie de conclusiones.

En esta metodología se utiliza la recolección de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y se confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamientos de una población. Este método tiene su base en el positivismo, que busca causas mediante métodos tales como el cuestionario, produciendo datos susceptibles de análisis estadístico, apoyados en la observación, la medición y la manipulación de variables objetivamente. Esta metodología se compondrá de métodos y técnicas que intentan aproximarse al conocimiento de la realidad social a través de la extensión, alcance y significado de los hechos analizados, a través de los propios sujetos o de sus representaciones sociales.

Esta investigación es de carácter social, y está basada en el paradigma explicativo que se encuentra en los fundamentos filosóficos del empirismo y en el realismo científico que afirma la existencia de cosas reales y reconoce que el objeto percibido no es una mera reproducción de la realidad pues en el proceso del conocimiento se combinan la percepción y el pensamiento. Y se centrará en los aspectos observables susceptibles de cuantificación que describen y explican los fenómenos sociales. De este modo esta técnica cuantitativa permitirá conocer la opinión de un número indeterminado de personas respecto a sus creencias, valores, hábitos, prioridades, opinión y pensamiento desde la generalización de los resultados obtenidos de forma descriptiva.

Dentro del análisis del método cuantitativo encontraremos una característica basada en el positivismo como fuente epistemológica, como énfasis en la precisión de los procedimientos para la medición. La técnica cuantitativa recogerá la información mediante preguntas cerradas que se plantean al sujeto de forma idéntica y homogénea lo que permite su cuantificación y

tratamiento estadístico, de esta manera se puede medir y graduar los fenómenos y su intensidad, buscando la generalización de resultados a todo un universo a partir de una muestra pequeña a un colectivo amplio, mediante preguntas estandarizadas midiendo la distribución de dicho colectivo a través de varias características.

La muestra es en esencia, un subgrupo de la población, es decir, un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población, y que se pretende sea el reflejo fiel del conjunto de la población en general; y que serán mayores de edad, residentes en la ciudad de Medellín de todos los estratos socioeconómicos, sujetos al consumo y la interpretación de los conceptos y sentidos del arte urbano en la ciudad de Medellín.

Esta muestra es representativa, ya que está definida como una pequeña cantidad o un subconjunto de algo más grande, de tal manera que representa las mismas propiedades y proporciones que la de la población a la que pertenece. Se realizó en un total de 385 individuos lo que representa un nivel de confianza de 95%, con una desviación media de 1.96, y un margen de error del 5%, y a partir de ello puede realizarse el siguiente cálculo:

$$n = (1.96^2 \cdot .96 \cdot 0.5 \cdot 0.5) / (0.05 \cdot 0.05) = 0.9604 / 0.0025 = 384.16$$

Una situación que ocurre al calcular el tamaño de la muestra para poblaciones muy grandes, generalmente por arriba de los 100 000 habitantes, y por lo que, como resultado obtenemos que con una muestra aleatoria de 385 individuos alcanzaríamos resultados con alta precisión para el nivel de confianza y el margen de error previamente establecido.

Los datos se obtuvieron mediante un procedimiento estandarizado con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en igualdad de condiciones logrando así evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación. Esto implicó solicitar información a las personas a través de un cuestionario prediseñado distribuido físicamente, online y por teléfono, bajo un tipo de encuesta de respuestas cerradas donde el encuestado tendrá que elegir entre un conjunto de opciones como si/no, verdadero o falso, o

entre una lista de opciones múltiples. En total se realizaron 10 preguntas que fueron las siguientes:

¿Sabe usted qué es el arte urbano o *Street art*?

SI_____ NO_____

¿Qué es el arte urbano o *Street art*?

- A. Graffiti
- B. Pintura en un lugar público
- C. Arte italiano
- D. Arte de la calle

¿Ha visto alguna ilustración u obra de arte urbano en la ciudad de Medellín?

SI_____ NO_____

¿Conoce usted la Corporación Galería Urbana?

SI_____ NO_____

¿Cree usted que el arte urbano o *Street art* influye de alguna manera en la sociedad?

SI_____ NO_____

¿Cree usted que el arte urbano o *Street art* influye en su comportamiento?

SI_____ NO_____

¿Es el arte urbano un movimiento que ayuda a construir el pensamiento crítico individual o social?

SI_____ NO_____

¿Cree que el arte urbano tiene un mensaje de fondo?

SI_____ NO_____

¿Qué intenta hacer el arte urbano o *Street art*?

- A. Comunicar

- B. Crear cultura
- C. Crear memoria
- D. Concientizar al mundo de lo que pasa en la sociedad
- E. Transmitir un mensaje crítico, político o social
- F. Todas las anteriores
- G. Ninguna de las anteriores

¿Cuál de la siguiente respuesta es una expresión política o social promovida a través del arte urbano?

- A. Progresista
- B. Romántica
- C. Colectivista
- D. Individualista
- E. Pluralista
- F. Elitista
- G. Todas las anteriores
- H. Ninguna de las anteriores

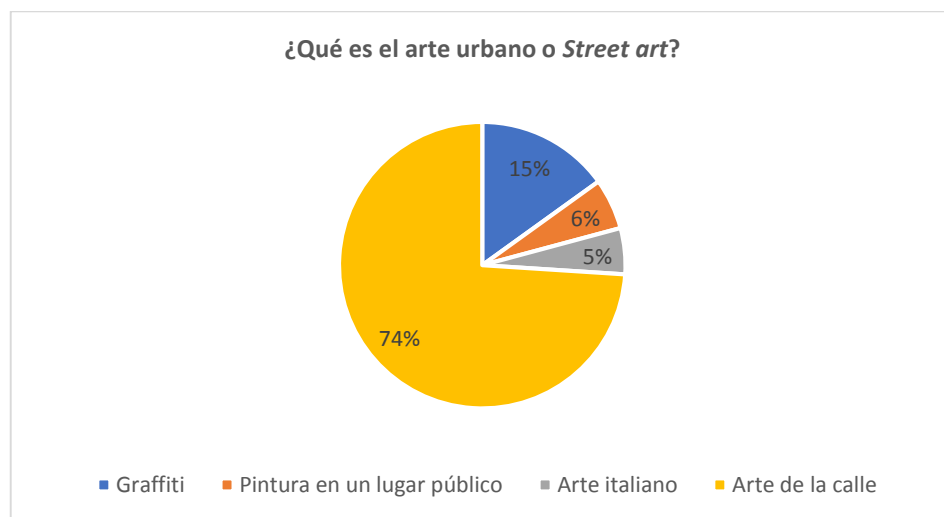
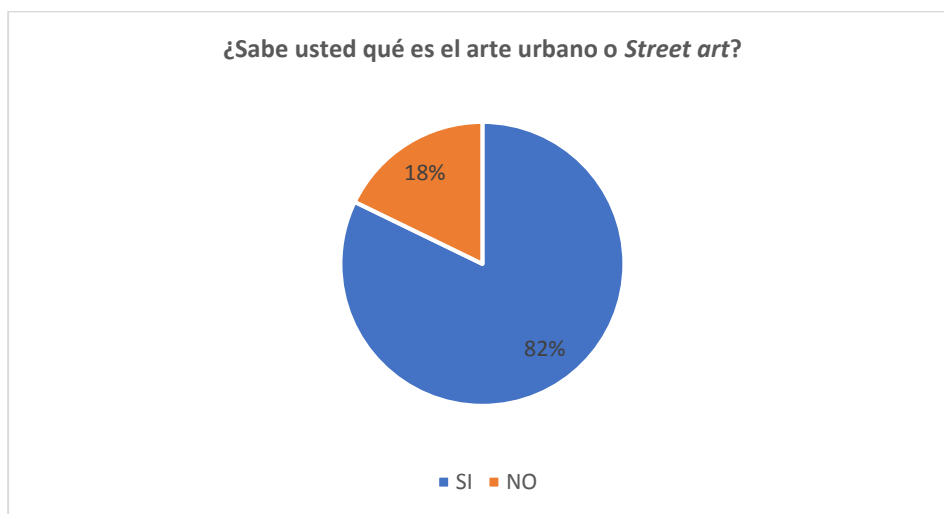


Obra *Mirame* Galería Urbana Medellín

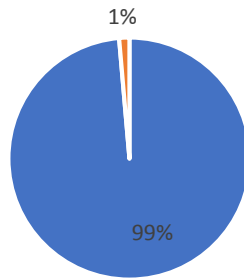
5. Trabajo de campo, aplicación y sistematización

El trabajo de campo consistió en la aplicación de las encuestas al grupo representativo de población, definido como muestra, y que para este caso fue de 385 personas. En la aplicación y sistematización realizamos el análisis de resultados y este se expresó en gráficos que permiten tener una lectura analítica y estadística del trabajo realizado.

A continuación se presentan los resultados hallados sistematizados en gráficas, todas de elaboración propia a partir de las encuestas desarrolladas en el trabajo de campo.

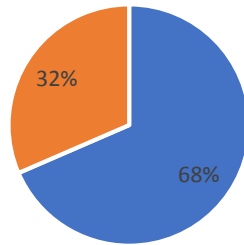


¿Ha visto alguna ilustración u obra de arte urbano en la ciudad de Medellín?



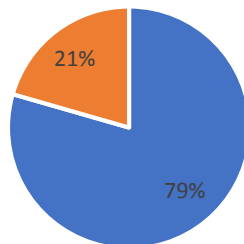
■ SI ■ NO

¿Conoce usted la Corporación Galería Urbana?



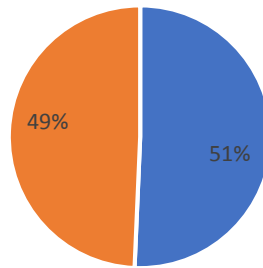
■ SI ■ NO

¿Cree usted que el arte urbano o *Street art* influye de alguna manera en la sociedad?



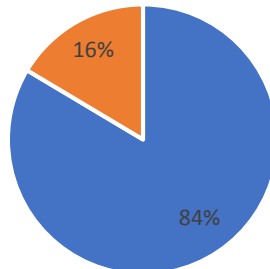
■ SI ■ NO

¿Cree usted que el arte urbano o *Street art* influye en su comportamiento?



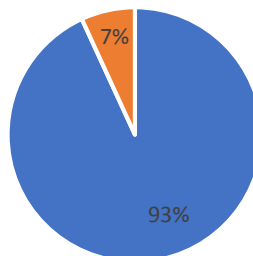
■ SI ■ NO

¿Es el arte urbano un movimiento que ayuda a construir el pensamiento crítico individual o social?



■ SI ■ NO

¿Crees que el arte urbano tiene un mensaje de fondo?

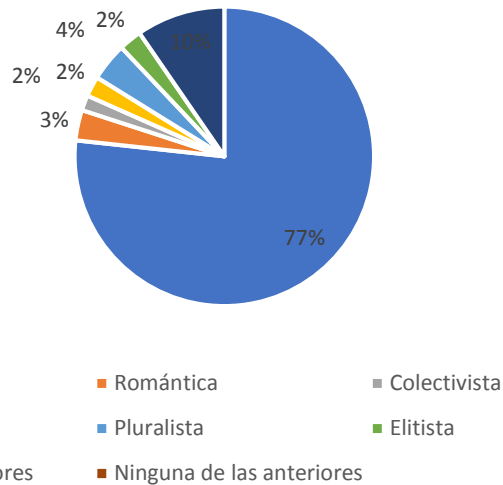


■ SI ■ NO

¿Qué intenta hacer el arte urbano o *Street art*?



¿Cuál de las siguiente respuesta es una expresión política o social promovida a través del arte urbano?



6. Conclusiones

Del presente estudio de caso, donde el arte urbano ha sido investigado como movimiento, en la Corporación Galería Urbana y sus expresiones políticas y sociales, y después de analizar múltiples informaciones, declaraciones y datos se puede concluir que el mundo del arte cuenta con innumerables ramificaciones, que la industria y la audiencia son cada vez mayores, la demanda aumenta y la oferta crece. El mundo del arte ha experimentado en los últimos tiempos el crecimiento más importante de toda su historia.

El arte urbano ha aprovechado la escalada genérica del arte, en que la cultura callejera a colisionado con las galerías y el arte elitista, y todos estos acontecimientos han propiciado que el arte urbano se convierta en una disciplina más del arte de la actualidad.

El nacimiento de esta situación comenzó cuando algunos galeristas famosos se dieron cuenta de que existe un nuevo público dispuesto a consumir y a digerir arte. Todo parece indicar que se trata de un público joven que igual como se devora la moda o la música también puede llegar a hacerlo con el arte, una realidad global que no puede entenderse solo como un movimiento de interés juvenil manejado desde el mercantilismo, sino como la lógica evolución social del espectáculo y simulación en que se ha convertido la actividad artística, creándose un interés y una demanda general de un tipo de arte muy particular.

Su presencia en los museos no es el único factor que ha llevado a la inclusión del movimiento del *Street art* en el mundo del arte. El hecho más importante y que más ha influido en esta situación, es la concepción y la percepción como fenómeno artístico, desarrollándose en el entorno urbano y centrándose en la inteligencia social para transmitir sus mensajes y en la inteligencia técnica para conseguir su finalidad.

Se puede decir que el arte urbano es un método creativo de comunicación global, es un laboratorio de expresión, es una herramienta de denuncia universal que pretende imponerse al control de las calles y a la politización de las mismas, se convirtió en un transmisor de ideas y de información, se convirtió no solamente en la voz de los más pobres y vulnerables sino también en una plataforma de la realidad social, una herramienta que a través de sus obras permite generar memoria y cultura, e inmortalizar acontecimientos puntuales, y un medidor para pulsar la posición de la sociedad actual, como reflejo de la ciudadanía.

El arte urbano es una forma de comunicación eficaz, la claridad en sus mensajes y su novedad han provocado que este movimiento gane la partida a otros tipos de comunicaciones que se dan en el ámbito urbano. Su eficiencia radica en la falta de intermediarios, no existen editores, el ciudadano recibe el mensaje directamente del artista.

Se puede concluir también, que el arte urbano es un movimiento muy abierto, se acomoda a los cambios que vienen impuestos por los propios miembros del fenómeno, los artistas, o por la misma sociedad, es un movimiento actual que se nutre del ahora y de la inmediatez de la ciudadanía.

La intervención urbana está totalmente sujeta a la finalidad de cada artista. El entorno, la necesidad comunicativa, la facilidad de percepción y de carácter efímero, marcan el devenir de todas las manifestaciones artísticas pertenecientes a este movimiento urbano. La ironía y el humor son elementos imprescindibles en dichas manifestaciones artísticas, y son los mejores métodos para hacer cómplice al receptor, para crear con el viajero un dialogo, y romper su rutina de urbanita.

Además, se puede concluir que el *Street art* no es lo mismo que el *graffiti*. Ambos movimientos artísticos y callejeros comparten características, pero sus diferencias son evidentes. Poseen puntos en común desde el marco de actuación, el espacio urbano. Pero sus técnica y objetivos son totalmente distintos. El *graffiti* es parte de una cultura y se basa en una continua competencia entre los artísticas que lo practican. Por lo contrario, el arte urbano es una herramienta de denuncia social. El *graffiti* tiene patrones concretos según sus estilos, reglas y jerarquías, el arte urbano solo tiene algunas técnicas que suelen ser comunes entre todos los artistas. En el *graffiti* el artista tiene un gran protagonismo y siempre firma sus obras, mientras que el artista urbano puede quedarse en ocasiones en un segundo plano. El *graffiti* es solo para unos pocos porque es un arte cerrado el arte urbano es para toda la sociedad; es un arte masivo.

El arte urbano se ha convertido en un fenómeno global, las nuevas tecnologías de la información, los medios de comunicación, y sobre todo el internet, han provocado que el movimiento este presente y tenga adeptos y simpatizantes en todo el mundo.

Dicha globalización ha ayudado en su entendimiento y expansión. Los medios de comunicación en general y el internet especialmente, ha sido una herramienta importantísima

para el desarrollo del arte urbano, situación a que, derivado en su aparición en los medios, generándole la satisfacción necesaria al artista para que vuelva a actuar, o para la aparición de nuevos artistas.

En la actualidad el arte urbano se desarrolla no solamente en Medellín sino en todo tipo de ciudades, capitales o no. Gracias a las nuevas tecnologías y a los medios de comunicación el arte urbano se ha democratizado y ha mejorado a ayudar el concepto que la sociedad tenía del mismo.

Los artistas y los seguidores de este arte han volcado en la red comentarios positivos que han mejorado su reputación, existiendo un beneficio mutuo entre los medios de comunicación y el arte urbano, pues su cobertura ha provocado la socialización de este fenómeno urbano y el interés que despierta, provocando una nueva vía para llegar a distintas audiencias. Las nuevas tecnologías han sido claves para el desarrollo del movimiento, tanto los dispositivos, fotografías y videos, no solo han generado que el trabajo de cualquier artista sea global, sino que han favorecido a que se pueda conocer todo el proceso creativo de una obra y no únicamente el producto final. La influencia es tanta que ha generado la creación de un tipo de arte urbano específico para ser expuesto en la red, internet es la mayor plataforma de exhibición, de información y de venta de arte urbano en la actualidad. El grado de difusión es tan alto en este medio, que multitud de personas veneran artistas cuyos trabajos solo se conocen por este soporte digital.

Los medios han seguido de cerca a evolución del arte urbano, tanto que ya ocupan portadas de diarios, pues se ha convertido en un hecho noticiable a su vez que se ha profesionalizado en la última década en la ciudad de Medellín. La alta cualificación, formación y especialización de sus miembros ha provocado que no se actúe solo por *hobby*, sino que cada vez más artistas trabajen bajo el paraguas del arte urbano. En este sentido no hablamos de artistas que vivan de la venta directa de sus obras, nos referimos al requerimiento de dichos

artistas por sus habilidades y conocimientos sobre el movimiento. Un ejemplo de esta situación sería la inclusión de los miembros de este movimiento en el ámbito de la publicidad.

El arte urbano ha generado nuevas relaciones con el mundo del arte. Con su aparición una nueva forma de satisfacer las necesidades culturales o inquietudes de un gran número de personas. Estas nuevas relaciones proporcionadas por el arte urbano eran desconocidas por los museos y las galerías de arte. Esta relación cuestiona la función del arte y revisa constantemente los planteamientos estéticos actuales, rechazando el arte que solo es realizado por el poder o la cultura dominante, además esta nueva relación cambia la tipología de las obras y la reacción del espectador.

Se ha transformado por completo las maneras de ver y de consumir arte, pues antes el espectador buscaba a la obra porque existía un deseo deliberado de verla, ahora con el arte urbano la obra busca a su público pues inicialmente consumía arte urbano de forma pasiva, por lo que en la actualidad se ha transformado en activo y ahora sale a la calle a buscarlo.

Se podría decir que el arte urbano es la última tendencia en arte, y son muchos los artistas que día a día se unen al movimiento, pues en ciudades de todo el mundo se utilizan estas manifestaciones artísticas como una voz de expresión más, convirtiéndose paralelamente en un referente para la publicidad y la moda. La innovación es un elemento imprescindible en el mundo del arte urbano, es un movimiento artístico que está en constante cambio y la innovación es la mejor herramienta para alcanzar la diferenciación entre los artistas, debido al peso que la sorpresa tiene en toda intervención urbana.

Así mismo, el arte urbano es percibido por la sociedad de una forma más positiva que otras disciplinas, ya que su estilo y sus formas es un tipo de arte que gusta a la gente por su entendible y tratar temas cercanos y vinculados con lo social, pues la identificación social de las obras es inevitable en los artistas. Pues con sus obras dan vida a las ciudades y gustan porque logran sacar al ciudadano de la monotonía.

Podríamos cerrar diciendo que la sociedad ve a los artistas urbanos como artistas respetuosos con el espacio público, aunque la línea entre arte y vandalismo sigue siendo muy delgada respecto a dicha percepción en algunos sectores de la sociedad actual. Además, este movimiento es visto por la gente como un tipo de arte más, por el que estarían dispuestos a decorar sus casas.



Obra Galería Urbana Medellín



Obra *El arte entra por los ojos y quema por dentro* Galería Urbana Medellín



Obra *Sueños extraterrestres* Galería Urbana Medellín

7. Producto

Tras abordar cómo es percibido el arte urbano desde las expresiones políticas y sociales promovidas por la Corporación Galería Urbana, se puede decir que la influencia que el *Street art* tiene con la sociedad es recíproca y están íntimamente ligada, pues el arte urbano intenta influir en la sociedad para cambiar las cosas.

Las obras de los artistas urbanos son un fiel reflejo de la sociedad, no se trata de un parlante, sino de una prolongación de hechos y sucesos notorios y de actualidad, de la vida real. Por este motivo la identificación social con el mensaje que se trasmite ayuda a la asimilación y a una perspectiva favorable del arte urbano, y lo que hace en sus obras es reflejar la verdad de las calles, con una carga social que lo convierte en un arte muy popular.

Se puede traducir el arte urbano como una expresión simbólica de los deseos y pensamientos de los miembros de una sociedad, por lo que la relación entre arte urbano y sociedad es cada vez más estrecha, ya que el arte urbano intenta modificar esos pensamientos y deseos de la gente, que el arte común solo se encarga de transmitir.

El arte urbano de la Corporación Galería Urbana, que detallamos en sus obras a través de este estudio de caso es una expresión artística visual y popular que tiene como objetivo visibilizar, posicionar e invitar a la reflexión con respecto a temas políticos y sociales como parte de su voluntad propagandística donde comunican ideologías.

Forma de expresión que se convirtió para estos artistas en un medio de comunicación como herramienta para la protesta social, a través de los espacios públicos, visibilizando las problemáticas comunales, locales y nacionales, manifestando sus pensamientos, disidencias y posiciones políticas, de manera creativa e influyente.

El impacto que estas obras han tenido en la comunidad es innegable, incentivando una reacción social masiva tanto a nivel territorial como digital, que se tradujeron no solo en la toma de conciencia global con respecto a la violencia sistemática que aún existe por cuestiones de

raza y condición social en Medellín, sino también expendiendo la conversación al interior de dichos ciudad, con respecto a sus propias problemáticas que también tienen que ver con racismo, discriminación y violencia, a partir de la desigualdad, entre otros temas de interés social y político.

Desde su aparición, hasta su consolidación, el arte urbano, practicado por la Corporación Galería Urbana, ha sido un elemento creativo, expresivo y político fundamental de los movimientos sociales, revoluciones y grandes transformaciones que han surgido a lo largo de la historia de la humanidad, fungiendo como un megáfono que da “voz” a través de los trazos en el espacio público al sentir y pensamiento de millones de ciudadanos, activistas y artistas que deciden tomar la justicia en sus manos para ejercerla por medio de la pintura, los pinceles, brochas y colores, con el objetivo de activar al juez más severo y protagonista de los cambios históricos: la opinión pública.

Sea cual sea el gobierno de turno, el arte urbano promovido por la Corporación Galería Urbana impulsa promover las causas y luchas sociales por una sociedad más justa y democrática, plural, progresista e igualitaria.

Podemos decir entonces, que no hay duda alguna de que el arte urbano ha sido utilizado como una forma de expresión política en muchas ocasiones, donde los artistas han utilizado las calles y los espacios públicos como lienzos para transmitir mensajes políticos y sociales como por ejemplo los murales políticos, que son una forma popular de arte urbano que permite a los artistas expresar sus puntos de vista políticos, pueden abordar una amplia gama de temas, como la injusticia social, los derechos humanos, la opresión política, la desigualdad económica, entre otros. Los murales políticos suelen ser llamativos y con mensajes claros para captar la atención del público. También existe la técnica del *stencil* y *grafiti político*, utilizadas para crear arte político en las calles, donde los artistas suelen utilizar plantillas para crear imágenes y mensajes políticos en paredes y espacios públicos. Estas imágenes pueden

representar líderes políticos, símbolos de protesta, consignas o demandas específicas. El *graffiti* político puede ser una forma de resistencia y protesta contra el poder establecido.

El arte de protesta también es un arte muy común y se utiliza especialmente durante manifestaciones y protestas, el arte urbano se convierte en una herramienta poderosa para transmitir mensajes políticos, los carteles, pancartas y pinturas efímeras son utilizados para expresar demandas, consignas y críticas hacia políticos, gobiernos o instituciones. Estas manifestaciones artísticas ayudan a crear conciencia y a unificar a las personas en torno a una causa política, además, los artistas urbanos crean instalaciones en espacios públicos para abordar temas políticos, estas instalaciones pueden incluir esculturas, objetos colocados estratégicamente o elementos interactivos que inviten a la reflexión y generen debate sobre cuestiones políticas y sociales. Estas intervenciones artísticas buscan provocar una reacción y fomentar la participación del público.

Por último, está el arte satírico y crítico, que se utiliza para hacer críticas políticas y sociales de manera satírica. Los artistas pueden utilizar personajes caricaturescos, ironía o humor para destacar problemas políticos o para burlarse de figuras políticas y de las políticas establecidas. Este tipo de arte desafía las normas y proporciona una crítica social desde una perspectiva artística.

El arte urbano es una forma de expresión artística que se desarrolla en entornos urbanos, generalmente en espacios públicos. También se le conoce como arte callejero o *street art*. A diferencia de otras formas de arte más tradicionales, el arte urbano busca romper con las barreras físicas y sociales, llevando el arte directamente a las calles y haciéndolo accesible a todo tipo de personas. Puede adoptar diferentes formas, como *graffitis*, murales, plantillas, pegatinas y arte en 3D. Los artistas urbanos suelen utilizar técnicas como el aerosol, la pintura acrílica y el estarcido para crear sus obras. A menudo, el arte urbano aborda temas sociales, políticos y culturales, y puede servir como una forma de protesta, crítica o reflexión sobre la realidad urbana.

Una de las características distintivas del arte urbano es su efímera naturaleza. Las obras pueden ser efímeras y temporales, ya que pueden ser eliminadas, borradas o cubiertas por otros artistas o las autoridades locales. Sin embargo, algunas obras de arte urbano han ganado reconocimiento y se han convertido en atracciones turísticas, lo que ha llevado a la conservación y preservación de ciertas piezas importantes.

En resumen, el arte urbano es una forma de expresión artística que se encuentra en las calles y espacios públicos de las ciudades. Es una manifestación cultural vibrante y diversa que desafía las normas y los límites del arte tradicional, y que busca involucrar e impactar a la comunidad en general. El arte urbano es una forma poderosa de comunicación y puede generar debates, inspirar cambio y embellecer los entornos urbanos.

8. Referencias

Armstrong, S.(2019). *Street art*. Blume

Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica

Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo, editora.

Florida, R. (2019). *The Rise of the Creative Class*. Basic books

Hernández, R., Fernández C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. Mc Graw Hill.

Rodríguez Peñuelas, M. A. (2010). *Métodos de investigación: diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales*. Universidad Autónoma de Sinaloa.