

10

Observando la piel de la ciudad

Grafiti y pintadas comerciales
como artífices de conflictos en la
apropiación del espacio público
de la calle Ayacucho en Medellín

Nino Andrey Gaviria Puerta

Introducción

¿Cuáles son los conflictos en el uso del espacio público que se evidencian a través de las diversas formas de apropiación gráfica? El siguiente texto hace parte de una investigación más amplia que versa sobre intervenciones gráficas en el espacio público de la calle Ayacucho en Medellín, indagando tanto en los conceptos que puedan aportar en su descripción y análisis, como en los cambios que se le practican en el tiempo



Figura 1. Ayacucho con la Carrera 37. Medellín, 2013.

Partiendo de la evidencia de este tipo de actuaciones, nuestra hipótesis consiste en la consideración de que desde el estudio de las formas gráficas es posible leer prácticas conflictivas que conciernen al uso y apropiación de ese espacio público en particular. Esas situaciones que caracterizamos como conflictividades, pueden ir desde sus autores hacia aquellos con los que comparten actividad hacia los otros con los que no lo hacen, pero con quienes cohabitan ese espacio así sea transitoriamente y con las normativas o programas oficiales que entran a encauzar su quehacer en la ciudad.

Conceptualmente, se ha partido de la consideración del espacio público como escenario, para centrar la mirada hacia aquello que lo delimita, su fachada, su piel; esta mirada permite concebirlo en cuanto entorno construido, así como en su dinámica relacional, como espacio de escenificación, de actuación y de intervención. A partir de allí se enfatiza en dos

formas particulares de apropiación gráfica, una que tiene que ver con el ámbito de las pintadas comerciales y el otro que se denomina *no comerciales* para describir esas formas que se salen de la lógica publicitaria.

Se ha optado por centrar la investigación en un estudio de caso particular, la calle Ayacucho de Medellín; su selección ha sido motivada por aspectos históricos, urbanísticos y sociales. Históricamente, esta calle ha estado presente en la evolución físico-espacial de la ciudad, ella misma es resultado de esto. Urbanísticamente, desde sus inicios hasta la actualidad se ha visto inmersa en procesos de transformación, ha experimentado cambios de usos, propietarios, densidades y actualmente sigue presente en los planes de desarrollo local. Desde un punto de vista social, esta calle se ha constituido, por una parte, en eje central de la vida comunitaria y, por la otra, al atravesar deferentes barrios deja ver diversas dinámicas sociales, usos e intensidades de apropiación.

Todos esos elementos sirven para contrastar la hipótesis planteada, indagar las diferentes subjetividades acerca de la problemática que representa la apropiación de espacios públicos con este tipo de actuaciones. Se trata de aportar un enfoque complementario para los análisis del espacio público, insertando elementos por tener en cuenta por parte de los diseñadores y planificadores urbanos, de los encargados de su reglamentación, de los que implementan políticas públicas y de la población en general, que con su fluir por el gran escenario que llamamos espacio público le dan sentido a su existencia.

Apuntes metodológicos

Abordar el estudio detallado de una calle relevante en el desarrollo de la ciudad, Ayacucho, plantea su conceptualización como una combinatoria entre el análisis de los elementos que la componen y los criterios con los que se describe (Moya Pellitero, 2011); es decir, su descripción formal e histórica en el contexto local, la aproximación a sus particularidades sociales y económicas, la consideración de los usos del suelo, el registro de los tipos de grafías encontrados y los desarrollos urbanísticos promovidos por la autoridad municipal



Figura 2. Ayacucho, centro de Medellín.

Para el interés de la investigación, ha sido importante la construcción de una “imagen actual” del contexto por estudiar, iniciado en 2010 y concluido en 2015; sin embargo, sabiendo que las dinámicas sociales hacen que ese mismo espacio cambie con el paso del tiempo, la investigación invita a retornar a los espacios previamente registrados para observar esos cambios que vayan aconteciendo mientras el proceso de investigación perdure. Aún hoy, ese mismo espacio está transformándose debido a la implementación del sistema masivo de transporte tipo tranvía, que utiliza un trayecto de la calle Ayacucho como su eje principal.

El trabajo de campo comienza con un levantamiento fotográfico de ambas fachadas de la calle, se complementa con entrevistas a los actores sociales objetivados como relevantes

para la investigación a través de una guía de entrevista previamente diseñada, en la que se trata de sacar a la superficie sus motivaciones, valoraciones, acuerdos y desacuerdos con respecto a lo que hacen y a lo que los otros hacen.

La investigación de fuentes se mueve entre diferentes disciplinas como el urbanismo, la arquitectura, la antropología, la comunicación, la historia y el arte, de las que extraemos lecciones y otorgamos a cada una su importancia particular. Los conceptos, los debates y los acontecimientos se han compilado a través de la búsqueda bibliográfica, la revisión de revistas especializadas, prensa, páginas web, blogs, redes sociales, revistas y foros virtuales.

Finalmente, se han realizado estudios de casos a nivel europeo y americano que aporten conocimientos de otros contextos donde se ha reflexionado, desarrollado, legislado o problematizado el asunto de las intervenciones gráficas, comerciales o no, entendiendo que esta temática sigue constituyendo una problemática actual. Con ello se espera definir algunas herramientas metodológicas que puedan ser aplicables al estudio de otras calles, barrios o sectores de la ciudad; incluso, ser extrapoladas a otras ciudades donde Medellín sea parte de los casos que otros puedan analizar.

Marco conceptual

El espacio público como escenario

El estudio del espacio público amerita ser analizado desde varias perspectivas. Si bien en principio lo que tenemos ante nuestra mirada es un espacio construido, aquello que Garcés (2006) propone llamar *naturalizado* para conferirle cualidades objetivas anteriores a las experiencias que se despliegan en él; es decir, un espacio previo aparentemente concluido, independiente de las acciones sociales y de los conceptos que lo nombran, definen u organizan (Garcés, 2006, p. 3).



Figura 3. Ayacucho a su paso por el barrio Boston.

Tendríamos entonces la idea de un espacio público como un escenario neutro, como construcción material de una sociedad. En este sentido, seguimos las pautas de Setha M. Low (2002), para quien el conjunto de procesos artísticos, económicos, políticos y tecnológicos que lo materializan, en cuanto artefacto urbanístico, termina por concretarlo en un procedimiento que define como *producción social del espacio* (Low, 2002, p. 112).

Es un espacio dotado de características formales, de un programa de usos y significados que le confieren su carácter, que en combinación con las arquitecturas que lo limitan confieren a la ciudad una vocación de "escenario" (De Solà-Morales i Rubió, 2002, 23). Su materialidad está dada sobre premisas comunes como la accesibilidad, uso común, dominio público o centralidad (Borja y Muxi, 2003). Tipológicamente podemos diferenciarlos en plazas, parques y calles, cuyas cualidades son inherentes a cada una de ellas; es decir, la plaza como

lugar de reunión o marco de arquitecturas monumentales, el parque como lugar de esparcimiento y la calle como lugar de flujos de personas, mercancías y artefactos de transporte (Querol, 1994).

En él se construyen artefactos urbanísticos para ser asumidos por la ciudadanía como parte de su experiencia vital, ayudando en la configuración de una imagen de ciudad, como son los nodos y los hitos, pero también se generan otros elementos que aportan en la consolidación de esa imagen como son las sendas, bordes y barrios. Su comprensión y familiarización aportarían eso que Kevin Lynch (2008) denomina “la imagen de la ciudad” (pp. 10 y 61), es decir, un sentido de proximidad y seguridad a la comunidad con respecto a su hábitat particular.

En este punto retomamos a Low, para quien los procesos sociales como el intercambio, el conflicto, el control y los hábitos cotidianos serían matriz no solamente de la comprensión del espacio, sino también de transformaciones espaciales ulteriores, configurando aquello que denomina la “construcción social del espacio” (Low, 2002, 112). Tendríamos entonces un doble movimiento que va, por una parte, desde el afuera, el espacio público, hacia el interior del sujeto que lo percibe, quien hace una construcción mental de este; por otra parte, un movimiento recíproco en el que a partir de la construcción de una imagen se posibilita su transformación posterior



Figura 4. Intervención colectiva de grafiti. Medellín, 2011.

Si en principio tomamos como punto de partida su conceptualización escenográfica, es porque esta lleva implícita la presencia de un actor que le imprime su sentido, lo que permite explorar condiciones humanas como la movilidad, las relaciones comunitarias, la agitación como fuente de vertebración social, la formación de sociabilidades coyunturales, incluso la disolución. En las interacciones mutuas de las personas y los espacios se van constituyendo nuevos escenarios que vendrían a ser reflejo de su propia acción, otorgando protagonismo, de acuerdo a Manuel Delgado Ruiz, al concepto de *territorialidad* en cuanto identificación con un área que los individuos interpretan como propia y que defienden de intrusiones, violaciones o contaminaciones, ya que según Delgado “en los espacios públicos la territorialización viene dada sobre todo por los pactos que las personas establecen a propósito de cuál es su territorio y cuáles los límites de ese territorio” (Delgado Ruiz, 1999, p. 30).

Podemos afirmar entonces como una de sus consecuencias la generación de “identidades” en un medio de visibilidad mutua, pero que de acuerdo con Isaac Joseph (2009), son culturalmente fragmentarias en sus interacciones, son expresiones de una multiculturalidad. Para Joseph, cualidades como las luminosas y las sonoras constituyen parte de los dispositivos escenográficos del espacio público, que es además una materialidad híbrida compuesta de huellas vistas como recursos para la actividad perceptiva, lo que posibilita la organización de la mirada en relación con el espacio público en sí.

Desde este punto de vista, el espacio público se presenta en cuanto escenario comunicativo que jerarquiza su percepción, sus posibles interpretaciones a partir de indicios, eso que Allan B. Jacobs (1982) llama *pistas*, que como plantea el profesor Nieto Echeverry (2008) se pueden relatar, narrar, dar a conocer. Así se puede conceptualizar como espacio de comunicación donde las formas de cooperación que constituyen las intersubjetividades prácticas son puestas en escena en dicho espacio (Joseph, 2009, p. 22).

Un espacio público concebido como escenario de circulación y comunicación está definido, por un lado, por las condiciones de accesibilidad, los desplazamientos que provee y, por otro lado, por los movimientos que permiten la articulación de los puntos de vista

en un régimen de visibilidades compartidas, aquello que Joseph (2009) llama “asideros”, que se encuentran disponibles para el usuario que transita, que en última instancia son signos dispuestos en el espacio, anuncios, invitaciones o prohibiciones percibidas

Esta concepción del espacio público estará más emparentada con unos regímenes de exposición que ponen de manifiesto otra noción planteada por Joseph, la cuestión de “las relaciones de lo visible y lo invisible”, en lo que se da a ver, en el hecho de verse, de dejarse ver. En este régimen la mirada que se posa sobre el espacio/escenario y sobre el actor/espectador se presenta a veces de tal forma que los acontecimientos son percibidos de manera frontal, transitoria o mediatizada. Son características que corresponden tanto a percepciones y actividades, como a manipulaciones de lo visible, en una sinfonía compuesta por espacios y signos ligados a cuerpos en movimiento, y esto recuerda a su vez el hecho de que son espacios ocupados por cuerpos y objetos, lo que hace de la noción de copresencia algo material y tangible.

Como contrapunto y no menos importante, un espacio público puede ser asimilado también a su incapacidad para posibilitar una comunicación interpersonal en función del automóvil y, con una población en aumento, devenir en escenario de un inexorable anonimato. El espacio público puede entonces potenciar interacciones sociales fundamentadas en torno al anonimato, es decir, en cuanto “relaciones efímeras basadas en la apariencia y la percepción inmediata, interpretaciones de las otras personas que por el espacio público fluyen, fundadas en el simulacro y disimulo” (Delgado Ruiz, 1999, p. 12).



Figura 5. Pintada en Ayacucho con Carrera 39.



Figura 6. Ayacucho con Carrera 54.

Su desaparición en cuanto dispositivo de comunicación interpersonal se debería también a la saturación que el espacio público experimenta por “la ingente masa de señales indicadoras y códigos cromáticos que orientan los trayectos en un espacio abstracto”, entre ellos el más apremiante de todos, aparte del sistema de la señalización urbana: la publicidad (Pardo, 1992, p. 220).

Cuando Pardo habla de la imposibilidad de comunicación social se refiere a que la calle es cada vez menos el espacio de vecindad y encuentro para dar paso a su “progresiva deshabitación”, un fenómeno que en combinación con otros, tiene que ver con la intromisión en el espacio público de los medios de comunicación de masas. (Pardo, 1992, p. 222).

El espacio público en su conceptualización como escenario es un lugar de encuentro de contrastes y conflictos acerca de las formas más apropiadas de analizarlo; sin embargo, buscamos las que sean pertinentes a los fenómenos y dinámicas que pretendemos reseñar. Su concepción como un espacio público dinámico que cambia con el paso del tiempo y relacional en la medida que pone de relieve las interacciones posibles permitirá ver sus fluctuaciones temporales, explorando alternativas perceptivas a aquella que lo considera como un espacio concluido, ya que desde el punto de vista de esta investigación, no lo es.

Límite escenográfico, su piel

El espacio público visto desde su perspectiva escenográfica lleva a su telón de fondo, su límite, su piel. En principio, siguiendo las explicaciones que Alvarenga (2013) hace en su tesis *La piel de la arquitectura moderna brasileña*, en la que analiza la arquitectura desde esta misma perspectiva, parte de las nociones biológicas del concepto para definirla de la siguiente manera:

El mayor órgano y el más complejo del cuerpo, proporcionando las funciones vitales [...] nos protege de los agentes externos, tales como hongos, bacterias, productos químicos, los factores ambientales físicos, e incluso del sol. También regula la temperatura del cuerpo, las defensas inmunológicas y el control del flujo de la sangre, realiza las funciones sensoriales y elimina las secreciones. Todo gracias a las células de la epidermis y de la dermis y de la secreción de sebo y sudor, que forman una cubierta especial. Por otra parte, la piel tiene un impacto importante en el comportamiento y en la autoimagen de las personas, ya que está vinculada a la apariencia (pp. 9 y 10)

Asimismo, encontramos la definición de Gallardo (2013), para quien el hombre desde sus tiempos inmemoriales “ha sentido la necesidad de amparo, más allá de esa primera protección que es la piel misma, luego todos los demás intentos o desarrollos de protección no son más que pieles (artificiales en algunos casos) creadas para dar abrigo, cobertura, cobijo” (s. p.). Pero el autor va un poco más allá y lo aplica a la arquitectura para decirnos que “el concepto de piel escapa a las tradicionales definiciones de envolventes pesadas del clasicismo o las pulidas y racionales demostraciones del movimiento moderno. Ya el término piel implica toda una definición y postura, la piel es un organismo vivo, respira, transpira, puede ser porosa, escamada o impermeable” (s. p.).

En esa transposición de términos desde el ámbito de origen a la arquitectura, es interesante observar cómo el arquitecto Juan Navarro Baldeweg (1939) se refiriere a algunas de sus obras en términos de pieles:



Figura 7. Grafiti en Ayacucho con Carrera 40.

En Villanueva de la Cañada la diferenciación de la piel se produce entre lo que es externo y lo que es interno. Es algo que ocurre en muchos de los proyectos. La piel se diversifica siguiendo una estructura de capas, de manera que cuando desaparece deja ver otra interior y así sucesivamente hasta que se llega al núcleo. Es un acto expresivo similar al acto de ir corriendo las cortinas, ir descubriendo pieles más profundas. En Villanueva una coraza exterior de ladrillo rodea y protege las superficies blancas con las que se envuelve el espacio de los patios. (Rojo de Castro, 1996, pp. 14-15)

En términos urbanísticos, entendemos entonces como piel la que delimita el espacio público; es límite entre una espacialidad pública y una privada, las conecta y las separa perteneciendo a ambas esferas a la vez, superficie que tiene determinadas características como el intercambio, la permanencia, la conexión y el almacenamiento de objetos, anuncios, grafiti o cualquier tipo de pintada (Gil López, 2007, p. 9)

Las exploraciones plásticas y funcionales en arquitectura nos han llevado al estudio de sus dimensiones, espesores, ritmos, proporciones, materiales, aberturas practicadas, tipos de vanos; esto ha dejado diversos resultados para comprender qué ha representado la fachada en su disertación, composición y materialización. Desde mediados del siglo xx, el manejo de la superficie arquitectónica ha

estado marcado por la proliferación de los medios de comunicación, las instalaciones a la vista como los sistemas de aire acondicionado, eléctricos, electrónicos, hidráulicos, circulaciones o de control.

Arquitectos contemporáneos como Richard Rogers, Norman Foster, Jean Nouvel, Toyo Ito o Diller+Scofidio emplean la tecnología en la superficie arquitectónica al servicio, tanto de la edificación, como del entorno circundante. En este contexto el concepto de *fachada* experimenta esa mutación para ser tratada como una superficie viva que transmite información, que pone en el mismo campo de visibilidades compartidas los acontecimientos de su interior al exterior y viceversa, que puede variar de colorido en concordancia con los acontecimientos que enmarca; es una piel comunicante para el exterior y para el interior de aquello que envuelve, enmarca, delimita.

Tatuando la piel de la ciudad

Llegamos a este punto de conceptualización en cuanto piel y superficie comunicativa para preguntarnos: ¿cómo se interviene?, ¿qué procesos le suceden?, ¿cuáles son las formas de apropiación y uso? Desde su concepción epidérmica podremos hablar de tatuajes para referirnos a acciones ulteriores en el tiempo; estamos ante una forma de expresión cargada de significación individual, una estrategia de grafía sobre el cuerpo, de escritura que establece una relación imagen-escritura-piel como productora de relatos.

Partamos entonces de las observaciones de Brena (2007), quien afirma que “la piel tatuada es un nuevo personaje que envuelve al actor, un personaje que es suyo, que forma parte de él, pero que también actúa, que ocupa un lugar propio, que se transforma con el paso del tiempo, se reinserta y resignifica en nuestro complejo entramado cultural” (p. 253). El tatuaje, puede ser considerado una entidad autónoma que se encuentra en relación con el individuo y sus circunstancias, pero también con el entramado social al que se adjudica ese rol de receptor de mensajes y constructor de sentidos.

Esta concepción trasladada al análisis del límite escenográfico, permite concebir una piel grafiada-escriturada por medio de acciones individuales y colectivas con motivaciones



Figura 8. Mural realizado en la sede social de la Asociación Cultural Platohedro, en la Carrera 37 con Ayacucho.

reivindicativas, económicas, estéticas, académicas o políticas, configuradas como huellas de la actuación social. Expresiones gráficas emergen de diversos entramados sociales, como las que están por fuera de la industria publicitaria introduciendo otros procesos comunicacionales como el grafiti, la contrapublicidad o el arte urbano

Son cambios que al ser instaurados van configurando un paisaje tematizado en virtud de la proliferación de imágenes que lo componen, un tipo de paisaje en el que, siguiendo lo expresado por Marc Augé (2011), imágenes, experiencias y conceptualizaciones cohabitan en la cotidianidad de nuestra sociedad (p. 111).

La piel de la ciudad es asumida entonces en su *efecto de desmaterialización*, sin implicar con ello su desaparición en tanto soporte físico sino la concepción de que a través de lo visible es posible percibir aquello que en principio no lo es (De Solà-Morales i Rubió, 2002, 149), es decir, las conflictividades entre agentes sociales por el uso y control de esa misma piel. Esta acepción de conflicto se evidencia a través de las diferentes expresiones gráficas que se contraponen a un tipo de orden que se ha propuesto restringir las expresiones que puedan transgredir su lógica o, como nos dice Castillo Gómez (1997) con relación al grafiti, alterar las características estéticas y funcionales, en este caso de la calle Ayacucho de Medellín.

En esas relaciones caracterizadas como conflictividades, pierde o gana el espectador, el ciudadano, el transeúnte urbano, envuelto en una situación de sobreexposición a dos tipos de imágenes en particular. Por una parte, estaría ante una rotulación comercial en continuo aumento, que ya no es información discreta para el paseante, sino más bien visualmente imperante y potente (Satué, 2001, p. 178); por la otra, se vería ante una incesante producción de grafiti, pintadas y demás expresiones no comerciales que también alteran la imagen convencional de esa misma superficie (Figuerola Saavedra, 2007, p. 111).

Los procesos de apropiaciones espaciales a través de las formas gráficas llevan a la constatación de una cultura gráfica que puede ser caracterizada como cada vez más irreductible a unas normas urbanísticas que le implican, en las que los muros actúan como cartografía de la cotidianeidad, son portadores de imágenes y mensajes que van, como recuerda Castillo Gómez (1997) “desde las necesidades más apremiantes y coyunturales de una política económica y social, hasta los más recónditos y prohibidos deseos de un sujeto en debate con su propia frustración, o en exaltación de inmensas fantasías” (p. 244). Lo anterior lleva a la pregunta por la noción de copresencia que en su momento planteaba Isaac Joseph (2009); en este caso ya no se trata de personajes en un régimen de visibilidad mutua, sino más bien de presencias mediatizadas a veces en tiempo real, como en el caso de las pantallas que transmiten en vivo, otras en temporalidad diferida como las vallas, las pancartas o el grafiti.

Las imágenes y mensajes que se tatúan en la piel de la ciudad van dejando como resultado un espacio público que, como expresa Armando Silva (1992, p. 33), puede ser conceptualizado por cuanto mestizaje de escrituras y estilos de concepción, instaurando procesos que aumentan de intensidad y evocan formas de apreciar un escenario a la luz de sus diferencias y particularidades. Se refiere, por un lado, a las formas híbridas de las configuraciones sociales que lo cohabitan y, por el otro, a los relatos resultantes de la lectura de sus intervenciones.

Dejando un poco las consideraciones generales acerca de las apropiaciones gráficas en su conjunto, vamos a centrarnos en el primero de los fenómenos por reseñar: la publicidad. Partimos de la sugerencia de Abarca Sanchís (2010), para quien “la publicidad ha recorrido un largo camino desde su aparición, de mano de la revolución industrial y la producción en masa” (p. 59). Lo que en principio ha sido la instalación en la fachada exterior de artilugios gráficos que anuncian la presencia comercial de su interior, con el tiempo se ha transformado en la creciente diversidad y cantidad que aportan valor al tema de la saturación visual, ya que con el tiempo “se ha ido transformando en la omnipotente máquina que hoy da forma a nuestro paisaje físico y cultural” (Abarca Sanchís, 2010, p. 59)



Figura 9. Publicidad en Ayacucho con Carrera 44.

Es esta una idea corroborada por Canales Hidalgo, quien ubica el surgimiento de la publicidad comercial moderna dentro del contexto de las revoluciones burguesas de los siglos XVIII y XIX, donde “esta íntima filiación entre el entorno urbano y la publicidad, la convierte en un fenómeno de comunicación; comunicación pagada en los mass media mediante mensajes, con la finalidad de conseguir, casi siempre, una venta» (Canales Hidalgo, 2006, p. 36). Canales Hidalgo define entonces la publicidad como una “potente arma que sirve para perpetuar el poder social y político [...], ora de manera sutil, ora de manera zafia, parece subrayar una preocupación obsesiva por el orden (integración) y el control (socialización) en las sociedades neocapitalistas” (p. 95).

Su proceso de colonización de superficies da como resultado una serie de superposiciones en lugares donde el paisaje natural o el escenario arquitectónico fueron el regente anterior. Sus productores recurren a variadas maneras de montaje en esos resquicios que dejan los diferenciales de altura de los edificios, terrazas y tejados, bordes de puentes, deprimidos viales, bordes de carretera, solares deshabitados y demás lugares dentro y fuera de la ciudad. Todo ello nos refuerza la idea de que nuestra cotidianeidad transcurre en un escenario altamente comunicativo, ya que como lo sugiere Canales Hidalgo (2006), “en él los signos publicitarios, si los consideramos como textos visuales, constituyen estímulos estéticos, forman un género de poesía espacial que conforma otro espacio, el medio ambiente urbano” (p. 300).

Eso que Canales Hidalgo afirma como medio ambiente es también un producto por exportar a otros contextos geográficos a través de los dispositivos publicitarios a gran escala, como pueden ser los de marcas o eventos globales, se pueden retomar

imágenes de otros lugares para volver a significarlas en contextos alejados del originario, un proceso de construcción de identidades que traspasan fronteras geográficas o culturales presentadas a la ciudad desde un espacio local (Gil López, 2007, p. 63). La publicidad tiene entonces esa doble particularidad, la referenciación de un contexto local en complemento con la exportación de esa misma imagen producida para ser reproducida globalmente, ese es sin duda el gran potencial instaurado por la lógica de los medios de comunicación.

Aparte de los dispositivos comerciales, se encuentran aquellos que en principio denominamos grafiti, pero que son también “murales con intencionalidad estética, que desde la ilegalidad reivindicán la necesidad de imágenes distintas a las publicitarias y creadas por los jóvenes” (Canales Hidalgo, 2006, p.302).

Esta práctica que aparece en el continente americano en Filadelfia y Nueva York, a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta, forjaría movimientos juveniles que luego darían lugar a las modalidades del grafiti que conocemos hoy, siendo a mediados de la década de los setenta cuando se define como construcción cultural “en un Nueva York caracterizado por un paisaje urbano y suburbial de solares, muros y edificios abandonados, propenso a la libre manifestación creativa” (Figuroa Saavedra, 2007, 179).

Las acciones cometidas sobre los vagones el metro de Nueva York fueron las que llevaron a los grafiteros de la década de los setenta a alcanzar la fama internacional ya que “la concurrencia de público y la dimensión escenográfica y hasta espectacular del metropolitano —que en Nueva York es subterráneo y aéreo—



Figura 10. Grafiti en el denominado Bulevar 40, Carrera 40 con Ayacucho.

garantizaba, en todo caso, un estupendo escenario donde el golpe de efecto se alcanzaba fácilmente con la circulación de los trenes pintados y su irrupción sorpresiva en las estaciones, llevando las firmas y piezas de unos barrios a otros" (Figuroa Saavedra, 2007, p. 193).

Pero ¿cuándo el graffiti pasa de ser considerado un acto vandálico a una expresión artística? En este punto es importante reseñar una primera aportación de Castleman (2012), cuando se refiere a las diferentes formas de agrupación de los escritores del graffiti para hacer frente a las bandas callejeras que les impedían moverse con libertad, formando sus propias "bandas". Luego están los "grupos", que "no se forman para defenderse de los ataques de las bandas violentas, sino por el simple sentimiento de camaradería y para llevar a cabo ocasionales pintadas colectivas" (Castleman, 2012, p. 151). También se encuentran las "organizaciones" que aglutinan escritores de graffiti en talleres para pintar y promover exposiciones de este tipo de expresión, en cuanto arte (Castleman, 2012, p. 161).

Ya para la década de los ochenta podemos vincular el graffiti con el hip hop, que en su momento circula a través de vídeos musicales, espectáculos y películas, pero como nos recuerda Abarca, "también en esos años se produjo el truncado intento de absorción del graffiti por parte del sistema del arte, que incluyó exposiciones internacionales de escritores neoyorquinos que reproducían la estética del graffiti en sus obras de galería"; aparecieron también documentales, películas y vídeos musicales que tenían a Nueva York como escenario, que con su contribución "provocaron la fulminante expansión mundial del fenómeno" (Abarca Sanchís, 2010, p. 280).

También salen a la luz expresiones artísticas en el contexto de las manifestaciones de la época que Abarca Sanchís denomina *postgraffiti*, un fenómeno que resulta "de la confluencia de la tradición artística occidental con cuatro tradiciones de actuación independiente en la calle: el punk, el skate, la contrapublicidad y sobre todo el graffiti" (2010, p. 49), definiendo entonces a sus realizadores como "artistas".

La escena contemporánea ve cómo hacen aparición en la calle las galerías y las redes; artistas como Blek le rat (Xavier Prou, París 1952) en el espacio público parisino; Shepard Fairey (Charleston, Carolina del Sur, 1970), considerado por Abarca Sanchís, junto a Banksy, uno de los artistas más visibles e influyentes del posgrafiti contemporáneo; Eltono (París 1975), cuyas obras son perceptibles en las calles de Madrid; Blu (Bolonia), cuyo desarrollo artístico se da en obras más trabajadas como grandes murales.



De esta manera, se asiste a otra etapa en el desarrollo de una estética urbana marcada por la proliferación de las expresiones sociales que coquetean, se marginan, se acercan y se desmarcan del mundo del arte, del *marketing* y de la publicidad. Con su presencia y accionar contribuyen a repensar la variedad de relaciones entre las personas en el espacio público, así como entre ellas y el espacio mismo, incidiendo en la construcción de un paisaje netamente urbano, un escenario híbrido, mestizo



Figura 11 y Figura 12. Pintadas y esténcil sobre local comercial en Ayacucho.



Figura 13. Wynwood, Miami. 2014.

Marco contextual

Algunos casos de estudio

El acercamiento contextual comienza en algunas ciudades cuyas intervenciones o reglamentaciones tienen interés para nuestra investigación, relatando sus resultados paisajísticos, estéticos y sociales en concordancia con las tipologías gráficas estudiadas. Otro punto de interés lo constituyen las normativas locales que tengan incidencia directa en estos procesos, contextos geográficos en los cuales se promueve el control de sus efectos.

Iniciamos nuestro recorrido en Miami, en el Estado de Florida (Estados Unidos), un punto particularmente interesante, puesto que allí están las peculiaridades de un barrio artístico-comercial de última generación: Wynwood. Lo que a principios de la década de los noventa era un barrio marginal, en pocos años se ha convertido en el distrito de arte concurrido y apetecido que es actualmente. De la mano de visionarios desarrolladores urbanos como David Lombardi y Tony Goldman, que habían desarrollado iniciativas urbanísticas a partir del arte como la zona del Soho en New York o South Beach en Miami, se comienza a cambiarle la cara a este barrio generando un enclave de arte donde sus calles están atiborradas de *street art* (Bausili, 21 de abril de 2013)

En las calles de Wynwood se encuentra gran variedad de almacenes, galerías de arte y uno de

sus lugares más conocidos es el Wynwood Walls, un conjunto de murales descubiertos decorados por algunos de los nombres más famosos del ambiente *street art*. Hay quienes llaman a esta zona el *museo de arte callejero al aire libre*, debido a la variedad de *writers* que se dan cita allí, insertando el distrito en los circuitos turísticos de Miami de manera contundente y reciente (Laboy, 12 de julio de 2011)

Wynwood Arts District (Distrito de Arte Wynwood) contiene más de 70 galerías, museos y colecciones, es el centro de “lo sensacional” en Miami y atrae a miles de visitantes durante Art Basel, con sus destacadas galerías y colaboraciones entre músicos, artistas, diseñadores gráficos, marcas comerciales y todo tipo de clases creativas (Greater Miami and the Beaches, s. f.).

En el contexto latinoamericano nos encontramos las manifestaciones gráficas en Santiago de Chile, las cuales son particularmente interesantes por haber recorrido un camino de reivindicaciones frente a la dictadura militar o las demandas de las minorías étnicas. Este tipo de expresión comienza a mediados de la década de los ochenta y principios de los noventa, cuando es criminalizado, condenado y perseguido por la policía sin gozar de ningún prestigio, pero ejecutado por varios actores sociales, en su mayoría jóvenes



Figura 14. Wynwood, Miami. 2014.



Figura 15. Mural en la orilla del Rio Mapocho.

Recuperado de: <http://cachandochile.wordpress.com/2009/11/29/santiago-graffiti-rio-mapocho/> [26/05/2014].



Figura 16. Mural pintado por el duo de grafiteros AYSLAP de Santiago, Chile en el barrio Bellavista.

Recuperado de: <http://www.kelp.cl/2011/02/graffiti-chile-ayslap-en-bellavista-recoleta-santiago-de-chile.html> [26/05/2014].

Por un lado, están los protestantes contra la dictadura chilena y, por otro, los hijos de exiliados chilenos que regresan a su país de origen, capaces de asimilar y resignificar los patrones estéticos de la música y del movimiento hip-hop, encontrándose ambos en el espacio público para realizar, algunas veces juntos, las expresiones grafiti y murales en la ciudad

Estas expresiones pueden verse en calles como la Avenida Santa desde la Pintana hasta la Alameda, que va de la periferia al centro de la ciudad, la Avenida Santa Rosa en la rivera del Rio Mapocho, Avenida Ossa a un costado del Colegio Teresiano Ossó, las intersecciones, paraderos de autobuses o lugares en altura, en comunas como Pedro Aguirre Cerda, Conchalí, Estación Central, Cerro Navia, Pudahuel o Quinta Normal, la Calle Bombero Ossa, el Paseo San Agustín o la Estación Mapocho (Gray, 2010).

El mismo contexto latinoamericano ofrece el ejemplo de una ciudad que ha articulado nuevas leyes ejercidas sobre su paisaje, y ha limitado así la publicidad urbana como pantallas de video gigantes, anuncios en los autobuses, pendones en los postes y mobiliario callejero en general. Es el caso de Sao Paulo, que en 2006 aprobó una iniciativa denominada Cidade Limpa (Ley 14.2332), la cual consiste en la eliminación y prohibición de cualquier tipo de publicidad exterior en su entorno urbano.

La ciudad brasileña viene desde principios de 2007 dismantelando su *outdoor* por razones medioambientales y de salud pública, prohibición que afecta autobuses y taxis (por cuanto soportes publicitarios), carteles, vallas, mobiliario urbano, rótulos, neones de comercios y folletos en la calle. Además, contempla una serie de dimensiones de los avisos publicitarios estipulados de la siguiente forma:

Pequeños avisos, para inmuebles que tengan menos de 10 metros de frente, se permite levantar un anuncio de máximo 1,5 metros cuadrados. Avisos medianos,

si el inmueble supera los 10 metros de frente, puede tener avisos de hasta 4 metros cuadrados pero sin exceder los 5 metros de alto. Avisos grandes, para inmuebles que superen los 100 metros de frente podrán optar a dos avisos publicitarios de 10 metros cuadrados cada uno. A quienes no respeten la normativa propuesta en Ciudad Limpia, se les multará con 5.500 dólares, más 550 por metro cuadrado excedente. (Méndez, 19 de noviembre de 2008, s. p.)



Figura 17. El caso de la ciudad de Sao Paulo.

Recuperado de: <http://miraloqueveo.wordpress.com/2008/11/19/sao-paulo-ciudad-limpia-sin-publicidad-exterior/> [02/06/2014].

Este sigue siendo un caso interesante, ya que es una ciudad de casi 12 millones de habitantes, capital del Estado de Sao Paulo y una de las más populosas de Brasil, donde los anunciantes se ingenian nuevas formas publicitarias que no excedan las reglas impuestas; donde aparte de los soportes publicitarios convencionales como vallas y pancartas, se han suprimido las pintadas comerciales. Esta es una medida que comenzó en el centro de la ciudad, pero que paulatinamente se ha extendido a todo su territorio.



Figura 18. El caso de la ciudad de Sao Paulo.

Recuperado de: <http://miraloqueveo.wordpress.com/2008/11/19/sao-paulo-ciudad-limpia-sin-publicidad-exterior/> [02/06/2014].

La calle Ayacucho en Medellín

Este recorrido no podría terminar en otro lugar que no fuera nuestra propia ciudad, pero metodológicamente lo hemos circunscrito a la calle Ayacucho. Nuestra forma de presentar una calle tan extensa será mediante un recorrido que va desde centro hasta su periferia oriental, observando, registrando y relatando su paso por los barrios que atraviesa. Proponemos dividir su recorrido en tres tramos, en sentido occidente-oriental: el tramo 1 desde la avenida Los Libertadores hasta el cruce con la Avenida Oriental; el tramo 2 desde dicha vía hasta la carrera 28, lugar conocido como Las Mellizas; el tramo 3 desde la carrera 28 hasta su transformación en la vía Santa Elena.



Figura 19a. Plano del tramo 1: Distribución según tipos de grafías.
Fuente: elaboración propia, sobre plano del POT.



Figura 19b. Plano del tramo 1: Distribución según tipos de grafías.
Fuente: elaboración propia, sobre plano del POT.

Comenzamos con el tramo 1.

Este tramo atraviesa el centro de la ciudad; en este el mayor porcentaje de las grafías van en correspondencia con su actividad comercial, que muestran cómo los artificios comerciales y publicitarios se instalan prácticamente en la totalidad del tramo



Figura 20. Tramo 1 de la calle Ayacucho: despiece de detalles gráficos de fachadas.

Aunque sigamos en el centro, a medida que recorremos la calle hacia el oriente vemos cómo aparecen otras formas gráficas que transgreden los usos que la normativa municipal permite, insertándose en los campos de la ilegalidad y la fugacidad. En el tramo 2 ya se puede apreciar este tipo de grafías en aumento, tomándose más protagonismo para sí, como firmas y pintadas no comerciales.



Figura 21a. Plano del tramo 2: Distribución según tipos de grafías.

Fuente: elaboración propia, sobre plano del POT.



Figura 21b. Plano del tramo 2: Distribución según tipos de grafías.

Fuente: elaboración propia, sobre plano del POT.

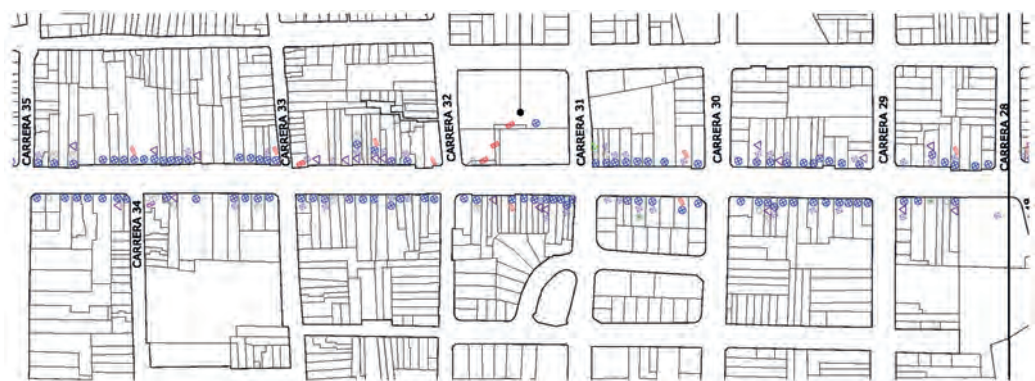


Figura 21c. Plano del tramo 2: Distribución según tipos de grafías.

Fuente: elaboración propia, sobre plano del POT.



Figura 22. Despiece en los detalles gráficos de fachadas en el tramo 2.

En medio de estas dos formas gráficas encontramos intervenciones que tienen un poco de uno y otro extremo a la vez, lo que hace que se inserten en el ámbito del arte urbano; aunque también hay mezclas en las formas mismas de intervención comercial que emplea dispositivos grafiteros, así como de grafica artesanal o popular para decorar.

La característica principal en esta parte de la calle, aparte del elevado número de locales comerciales, es el aumento de las fachadas que tienen intervenciones de ambos tipos; una mixtura que refleja los conflictos que se generan por su uso. Un mayor porcentaje de todo este tramo corresponde a las superposiciones gráficas. Adicionalmente a ello, resaltamos también los dos subtramos con grandes intervenciones colectivas de grafiti: el de la carrera 44, la carrera 40 y la intervención del centro de salud de Buenos Aires.

En el tramo 3 el porcentaje de ocupación con locales comerciales muestra un sector donde solo poco más de la cuarta parte es comercio; sin embargo, en cada uno de esos pequeños espacios se genera un menú de artilugios gráficos a pequeña escala.



Figura 24. Detalles gráficos de fachada de un solar deshabitado.

Conclusiones

A través del proceso descriptivo y analítico de la calle de Ayacucho, hemos podido contrastar cómo las distintas formas gráficas convergen, se superponen, se anulan, incluso se borran mutuamente, utilizando superficies que pueden eventualmente pertenecer a otros. Aunque en algunas ocasiones las fachadas que son objeto de estas acciones sean propias, sus autores pueden saltarse normativas aprovechándose de aspectos no desarrollados con exactitud, como el tema del color, o por la insuficiencia de herramientas de control.

Los cambios en el paisaje analizado desbordan lo que algunos teóricos, políticos y ciudadanos llaman *saturación visual*, para operar cambios que aún no son definidos claramente; algunas veces son filigranas publicitarias o formas camufladas de publicidad como los colores corporativos, otras veces son pintadas reivindicativas, son grafiti, posgrafiti, murales, esténcil.



Figura 25. Graffias superpuestas, Medellín 2013.

Lo que nos queda es que en su conjunto, todas esas prácticas hacen que el paisaje urbano resultante sea asimilado como una entidad mutable, que cambia con el tiempo y con las particularidades del contexto. ¿Es tal vez un proceso de colonización espacial de las expresiones gráficas?

Finalmente, la piel de la ciudad puede entenderse como un elemento autónomo y singular, pero a su vez ligado a su contexto físico, económico, así como a las circunstancias de tipo social y cultural que en ese contexto se despliegan. Cuando llevamos esta reflexión al espacio público en su conjunto y a la calle como una materialización de Este, habría que hacer eco del reclamo social mediante el cual se defiende la idea de que la calle es un espacio de todos y, por lo tanto, es analizable y legislable para la sociedad en su conjunto y complejidad.

Referencias

- Abarca Sanchís, F.J. (2010). *El postgraffiti, su escenario y sus raíces: grafiti, punk, skate y contra-publicidad* (Tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Alvarenga, A. (2013). *La piel de la arquitectura moderna brasileña: las soluciones de la envolvente a la luz de los conceptos de la arquitectura bioclimática* (Tesis de grado). Barcelona: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Augé, M. (2001). *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa.
- Borja, J. y Muxi, Z. (2003) *Espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Brena Torres, V. (2007). *Utilizando el cuerpo: una mirada antropológica del tatuaje*. Recuperado de <http://www.unesco.org.uy/shs/fileadmin/templates/shs/archivos/anuario2009/Brena.pdf>
- Canales Hidalgo, J. A. (2006). *Pintura mural y publicidad exterior. De la función estética a la dimensión pública* (Tesis doctoral). Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Castleman, C. (2012). *Getting Up. Hacerse ver. El grafiti metropolitanos en Nueva York*. Madrid: Capitán Swing.
- Castillo Gómez, A. (1997). Paredes sin palabras, pueblo callado. ¿Por qué la historia se representa en los muros?. En F. Gimeno Blay y M. L. Mandingorra Llavata (Eds.), *Seminari Internacional d'Estudis sobre la cultura escrita. Los muros tienen la palabra: materiales para una historia de los grafitis*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Delgado Ruiz, M. (1999). *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama.
- Figueroa Saavedra, F. (2007). Estética popular y espacio urbano. El papel del grafiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LXII(1), 111-144.
- Gallardo, J. (2013). *La piel en arquitectura*. Recuperado el 25 de octubre de 2015, de <http://tallerjonnygallardo.blogspot.com.es/2013/04/la-piel-en-arquitectura.html>
- Garcés H, A. (2006). Configuraciones espaciales de lo inmigrante: usos y apropiaciones de la ciudad. *Papeles del CEIC*, (20), 1-34.
- Gil López, T. (2007). Influencia de la configuración del borde público-privado. Parámetros de diseño. *Cuadernos de Investigación Urbanística*, (52).

- Gray, B. (2010). *Desde la periferia al centro: transformaciones en la apreciación del grafiti y el street art en Chile*. Recuperado de http://cultura-urbana.cl/pdf/de_la_periferia_al_centro-gray.pdf
- Jacobs, A. B. (1982). Observing and interpreting the urban environment. Case study, Naglee Park, San José, California. *Working Paper*, (372).
- Joseph, I. (2009). *El transeúnte y el espacio urbano*. Madrid: Gedisa.
- Lynch, K. (2008). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Low, S. M. (2002). Spatializing culture: the social production and social construction of public space in Costa Rica. En *Theorizing the city: the new urban anthropology reader*. (pp. 111-137). Piscataway: Rutgers University Press.
- Moya Pellitero, A. M. (2011). *La percepción del paisaje urbano*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Nieto Echeverry, T. (2008). *Estrategias narrativas del paisaje. Prácticas estéticas del jardín al caso de la metrópolis latinoamericana*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Pardo, J. L. (1992). *Las formas de la exterioridad*. Valencia: Pre-Textos.
- Querol, J. (1994). *Bienvenidos al urbanismo. Ideas básicas*. Barcelona: Viena.
- Rojo de Castro, L. (1996). Conversaciones con Juan Antonio Baldeweg. En V.V.A.A. *El Croquis: 73 [II] Juan Antonio Baldeweg. 1992 - 1995*. Madrid: El Croquis.
- Satué, E. (2001). *El paisaje comercial de la ciudad: letras, formas y colores en la rotulación de comercios de Barcelona*. Barcelona: Paidós.
- Silva, A. (1992). *Imaginario urbano. Bogotá y Sao Paulo: cultura y comunicación urbana en América Latina*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Solá-Morales i Rubió, I. de (2002). *Territorios*. Barcelona: Gustavo Gili.



Esta obra se editó en Ediciones USTA,
Departamento Editorial de la Universidad Santo Tomás.
Se usó papel propalcote de 300 gramos para la carátula y
papel bond beige de 75 gramos para páginas internas.

Tipografía Open Sans y Agenda.
Impreso por Grupo Dao Digital S.A.S.

2017.

El libro que se presenta aquí es una muestra de los esfuerzos que la Universidad Santo Tomás Sede Medellín y sus investigadores están realizando para enriquecer el acervo epistemológico de la arquitectura y el diseño desde el entendimiento de la práctica proyectual, entendiéndola no solo como una manera de operar para darle forma al mundo a través del espacio o los objetos, sino también como la vía natural para conocer, entender y analizar la propia práctica profesional y su influencia en la cultura y en nuestro tiempo.

Todos los textos presentados corresponden a extractos de trabajos investigativos desarrollados como tesis de distintos niveles, desde pregrado hasta maestría y doctorado, cuya temática gira, en la mayoría de los casos, alrededor de la fuerte influencia que aún ejerce la arquitectura moderna en nuestro contexto contemporáneo.

El lector encontrará en el texto los aportes que se realizan desde la academia a la práctica de la arquitectura, el urbanismo y el diseño y que están siempre enfocados en entender el papel del proyectista como un intérprete de la cultura y de su propio tiempo. Es esta una mirada de muchas de la manera como se aborda la producción de conocimiento en nuestras disciplinas creativas.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
MEDELLÍN