



## **Muro al Barrio: Publicidad social y arte, para resignificar escenarios de calle**

### **Graffiti to the Neighborhood: Social publicity and art, to re-meaning scenes of street**

PhD. Paola Andrea Gómez Montoya | [paogomez@gmail.com](mailto:paogomez@gmail.com)

Colectivo de la Fundación Muthesius | [fundacionmuthesius@gmail.com](mailto:fundacionmuthesius@gmail.com)

**Fundación Muthesius (Creativos e Investigadores Independientes)**

---

#### **Resumen**

“Muro al barrio”, es una iniciativa de la Fundación caleña “Culata”, organización conformada por dos destacados grafiteros de la ciudad, quienes invitan a la Fundación Muthesius para apoyar en el proceso investigativo del proyecto, es así como en el estudio se concreta la alianza en el trabajo denominado “Muro al Barrio”: publicidad social y arte, para resignificar escenarios de calle”. Este trabajo tiene como propósito generar en barrios vulnerables propuestas artísticas, sociales y educativas que apunten a transformar los espacios públicos, comenzando con los barrios: El Piloto, El Hoyo y San Vicente, sectores estigmatizados por la violencia y las drogas. Se espera así que por medio del arte urbano y la publicidad social se conviertan en herramientas transformadoras, partiendo de los espacios públicos vividos y transitados con la meta de generar ambiente y dinámicas de paz. El proyecto se lleva a cabo con la convicción, que deben tocarse fibras, no solo con la razón o acuerdos políticos, sino que también es fundamental movilizar conciencias, tarea que es posible gracias al arte y el mensaje de publicidad social.

Para llevar a cabo el proyecto, se efectúan tres etapas apoyadas en la perspectiva cualitativa con técnicas de investigación como la entrevista, la observación y las historias de vida.

Socializar este ejercicio investigativo, permite a la comunidad académica, conocer diferentes formas de investigación y otros campos de acción de la publicidad, en este caso desde la perspectiva de la promoción y preservación de la recuperación de escenarios para la sana convivencia y la paz. Muro al barrio, es una historia de trabajo en equipo, de expresión creativa, y una muestra de compromiso por hacer investigación propositiva, innovadora e integradora que aporte a la comunidad.

### **Abstract**

"Muro al barrio", is an initiative of the Cali Foundation "Culata", organization made up of two prominent graffiti artists from the city, who invite the Muthesius Foundation to support the project's research process, this is how in the study is concrete the alliance in the work called "Muro al Barrio": social advertising and art, to signify street scenes ". The purpose of this work is to generate artistic, social and educational proposals in vulnerable neighborhoods that aim to transform public spaces, beginning with the neighborhoods: El Piloto, El Hoyo and San Vicente, sectors stigmatized by violence and drugs. It is hoped that through urban art and social advertising they will become transformative tools, starting from the public spaces lived and traveled with the goal of generating atmosphere and dynamics of peace. The project is carried out with the conviction that fibers must be touched, not only with reason or political agreements, but it is also fundamental to mobilize consciences, a task that is possible thanks to art and the message of social advertising.

To carry out the project, three stages are carried out based on the qualitative perspective with research techniques such as interviewing, observation and life stories.

Socialize this investigative exercise, allows the academic community to know different forms of research and other fields of action of advertising, in this case from the perspective of the promotion and preservation of the recovery of scenarios for healthy coexistence and peace. "Muro al Barrio", is a story of teamwork, creative expression, and a show of commitment to make proactive, innovative and inclusive research that contributes to the community.

### **Palabras clave**

Publicidad social, arte, paz, comunidad.

### **Key words**

Re-meaning, social publicity, art, peace, community.

## **INTRODUCCIÓN**

Dos jóvenes caleños apasionados por el arte, crean la fundación sin ánimo de lucro llamada Culata. Un proyecto que tiene como principal motivación llenar y transformar espacios perdidos y paredes maltratadas por el tiempo y las personas, en escenarios de expresiones artísticas que promuevan el arte a través de intervenciones urbanas y encuentros culturales, donde prima el trabajo colectivo y la sana convivencia para construir la paz, así para Culata "Las intervenciones consisten en recuperar espacios que están deteriorados, bien sea por abandono o porque están muy rayados. "Lo que buscamos es volverlos referencia en la ciudad", cuenta el artista Andrés Pedroza (Deborondo, 2015).

El comienzo de la travesía por darle una nueva cara a Cali comienza en barrios del centro de la ciudad, como San Cayetano, San Antonio, la calle de la escopeta y actualmente los barrios El Piloto, El Hoyo y San Vicente, que son estigmatizados

como una localidad “peligrosa”. Los artistas que participan, no solo son nacionales, también hay artistas internacionales, que se unen a este proyecto para darlo como ejemplo en sus países natales e intercambiar ideologías frente al arte. Los permisos para plasmar este arte son gestionados por la Fundación Culata, con los propietarios de los espacios y, en caso de no tenerlos, simplemente se los toman. Hasta la fecha, según Pedroza, en zonas públicas no han tenido inconvenientes con la Administración Municipal, porque saben que se trata de un regalo para la ciudad (Deborondo, 2015).

El propósito del trabajo investigativo, no consiste simplemente en embellecer la ciudad, el objetivo central, es generar por medio del arte, conciencia en la comunidad, de tal forma que se genere un mayor sentido de pertenencia y como dice uno de los integrantes de la fundación “El arte es el único que puede dimensionar la psiquis de la sociedad ya que es la expresión misma de la gente”. Muchas personas desconocen el significado de los grafitis, considerándolos de alguna manera como vandalismo o expresiones de arte innecesarias, pero construir una idea, componer la imagen, una tonalidad, una estética, un significado y una emoción es mostrar arte en las calles. Así mismo, se busca que los temas sean de agrado para los habitantes del barrio, que sientan identificación y cambio de visión frente a las problemáticas de su alrededor. “El grafiti como expresión debe ser aceptado, pero cuando es demasiado, también causa contaminación. No es rayar por rayar, debe haber un equilibrio”, opina Lilian Ortiz, de la Fundación Culata, dedicada a la promoción e investigación del arte urbano (El País, 2016).

El arte urbano está creciendo en la ciudad y en todo el país, por lo que dar a conocer este estilo de vida y sus formas de expresión, ayudan a crear movimientos culturales para mantener y aumentar el desarrollo social. Es así como varias empresas o marcas ayudan con distintos aportes para mantener viva esta iniciativa y contribuir al cambio no solo de un barrio, sino de una sociedad, de una ciudad. De esta manera el objetivo central del proyecto es investigar un antes y un después del impacto de cada intervención, si en realidad cumple con la

finalidad de resignificar y el cambio de la visión por parte de la comunidad del barrio.

## METODOLOGÍA

Para este proyecto es empleado el método cualitativo, al utilizar técnicas de investigación como las entrevistas, la observación y las historias de vida de los artistas y habitantes del sector. Lo anterior, permite hacer una aproximación global a las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas

Metodológicamente el proyecto se desarrolló en 3 etapas:

**Primera etapa:** Se recurre a la observación y al análisis visual, se investigó la historia de cada barrio y se seleccionó la información más relevante, como los esquemas y estructuras de espacios donde se pueden construir la propuesta artística. También se construyeron comparaciones de aspectos positivos, negativos, comunes y no comunes con el fin de proponer mejorías, soluciones e ideas.

**Segunda etapa:** Después de conocer el entorno, se entró en contacto de manera paralela con los protagonistas de la investigación, es decir mapa de actores donde se encuentran los artistas, personajes retratados en las obras artísticas, habitantes involucrados y el creador de la idea, realizando trabajo de fotografía, video y audio donde se documentó el proceso de inicio de cada intervención. En el caso de las personas involucradas, se buscó reconocer la subjetividad que tiene frente a las obras realizadas y el papel de apropiación y cómo viven el proceso.

**Tercera etapa:** Ya realizado el trabajo de campo y con la documentación organizada de acuerdo a las dos etapas anteriores, se analiza y se elaboran las conclusiones de lo que se obtuvo en las intervenciones artísticas y sobre cómo los escenarios cobran una nueva resignificación en la comunidad, con relación a los

grafitis y si se reflejan como fenómenos culturales en la cotidianidad de grupos sociales para la construcción social de cambio.

## **RESULTADOS**

Con el fin de dar a conocer los resultados obtenidos, se realiza un análisis descriptivo de los datos de la información que se ha recolectado hasta el momento, ya que el proyecto se mantiene en curso. Cada barrio tiene una historia y personajes que han incidido en la transformación y aporte cultural y social, la junta de acción comunal se ha ido fortaleciendo al querer lograr un verdadero cambio para las personas que viven allí como también a sus alrededores. Todas las personas no tienen la misma perspectiva sobre lo que se busca comunicar con las obras elaboradas pero, al ver que se lleva un proceso de creación y no simplemente rayar una pared, toman la actitud de aportar, porque ven representadas situaciones o personajes con historia y valor significativo. Es importante seleccionar el lugar de acuerdo a la idea, que sea obviamente visible pero, el objetivo principal es que se logre comunicar algo interesante y que no sea una pintura que pase desapercibida para la comunidad.

A pesar de que hay muchas personas escépticas, el arte y la cultura son factores que ayudan a cambiar ideologías, acciones en una sociedad, los grafitis no solo son para embellecer y restaurar un sitio, sino que va más allá.

## **CONCLUSIONES**

El proyecto ha sido muy enriquecedor, no solo para los artistas y la comunidad, sino también para los investigadores, generando un mayor interés y ganas de incorporarse en el mundo de la publicidad social y el arte en la ciudad y motivar a otras personas a que hagan parte y tomen elementos positivos que ayuden al cambio. Hacer parte de estas intervenciones, teniendo en cuenta lo anterior se hace algunas conclusiones parciales.

**La comunidad a través del arte logra resignificar los espacios de calle intervenidos.** Así, donde antes se consumían sustancias psicoactivas y se realizaban necesidades fisiológicas por parte de habitantes de la calle, actualmente se ha intervenido por el arte.

**Los visitantes perciben el barrio como una zona de arte.** Personas que transitan el barrio para dirigirse a sus trabajos, comerciantes ambulantes y visitantes extranjeros se detienen para apreciar las intervenciones artísticas. Generando visitas más frecuentes y comentarios positivos en su mayoría.

**Los murales se convierten en puntos de referencia y encuentro.** El barrio El Piloto cuenta con numerosas intervenciones artísticas, de esta manera, los murales se transforman en espacios de confluencia.

## REFERENCIAS

Araiza, E., & Martínez, R. " Hacer de la calle un museo de la calle". El grafiti y sus actores en una colonia popular de Ecatepec, Estado de México. Desacatos, (2016).

Careri, F. (2002) *Walkscapes: El andar como práctica estética*. Barcelona: Editorial G. Gilí.

Deborondo. (7 de Agosto de 2015). Obtenido de Deborondo:  
<http://deborondo.com/con-murales-jovenes-artistas-recuperan-paredes-olvidadas-en-cali/>

El País. (2016). Obtenido de El País: <http://www.elpais.com.co/cali/se-debe-hacer-mayor-control-a-los-grafitis-en.html>

Eslava, G. G. (2015). Cicatrices en el Territorio. En A.d. Bogotá, Hablando desde los muros (p. 243). Bogotá: Buenos y Creativos.

Ganz, N. (2004). Graffiti: arte urbano de los cinco continentes. Barcelona: Gustavo Gili.

Gama, M., & Reyes, F. (2016). Bogotá arte urbano o graffiti: Entre la ilegalidad y la forma artística de expresión. *Arte, Individuo y Sociedad*.

Silva, A. (1986). *Una ciudad imaginada: graffiti, expresión imaginada*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Silva, A. (2013). *Atmósferas Ciudadanas*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Torres, C., Viviescas, F., Pérez, E. (2002). La ciudad: Hábitat de diversidad y complejidad. Bogotá: Universidad Nacional De Colombia.