

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



Las paredes hablan:

**Las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por
artistas urbanas en Lima Metropolitana**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL
GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS SOCIALES CON
MENCIÓN EN SOCIOLOGÍA**

AUTORA

Cardenas Huerta, Daniela del Pilar

ASESORA

Rodríguez Achung, Martha

2020

RESUMEN

El presente trabajo se inserta en analizar las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por artistas urbanos en Lima Metropolitana. El arte urbano es un campo artístico sumamente heterogéneo que nos invita a preguntarnos ¿Quién puede hacer arte urbano? ¿Dónde se puede hacer arte urbano? Por un lado, es necesario reconocer la fracturación social, propia de la desigualdad urbana en Lima, promueve y/o obstaculiza el uso de los espacios públicos de los ciudadanos. En este sentido, si bien el arte urbano busca ser libre y para todos, termina concentrándose en ciertos distritos de la ciudad que promueven procesos de musealización, gentrificación, etc. Por un lado, en la historia del arte, es necesario reconocer a los artistas más renombrados del arte urbano como Banksy y Basquiat. A pesar de las diferencias sociales, temporales y geográficas todos comparten una característica de género en común. Y, si bien en los últimos años, muchas mujeres se han insertado en diversos espacios artísticos en busca de romper la categoría de *musa* a *artista*, aún son muy pocas las mujeres que se dedican al arte de las calles. Esta desigualdad, más allá de tratarse en una mera desigualdad en el campo artístico, se interrelaciona con el acceso y uso de la ciudad desde una perspectiva de género. La diferencia entre el uso de los espacios públicos y los privados en la ciudad se basan en diferencias de los roles tradicionales de género. El cuidado del hogar es una tarea tradicionalmente asignada a las mujeres que se desarrolla en un ambiente privado; mientras que, los hombres, tienen el control y dominio de la esfera pública. Por este motivo, el trabajo de las artistas urbanas *femenizan* el espacio desde la apropiación simbólica de un espacio históricamente negado.

Palabras clave: Arte urbano, apropiación del espacio público, feminización del espacio

ABSTRACT

The present work is inserted in analyzing the dynamics of power in the symbolic appropriation of public space by urban artists in Metropolitan Lima. Urban art is an extremely heterogeneous artistic field that invites us to ask ourselves, who can make urban art? Where can you make urban art? On the one hand, it is necessary to recognize the social fracturing, typical of urban inequality in Lima, that promotes and or hinders the use of public spaces by citizens. In this sense, although urban art seeks to be free and for everyone, it ends up being concentrated in certain districts of the city that promote processes of musealization, gentrification, etc. On the one hand, in the history of art, it is necessary to recognize the most renowned artists of urban art such as Banksy and Basquiat. Despite social, temporal and geographical differences, they all share a common gender characteristic. And, although in recent years, many women have been inserted in various artistic spaces in search of breaking the category from *muse* to *artist*, there are still very few women who dedicate themselves to street art. This inequality, beyond being treated as a mere inequality in the artistic field, is

interrelated with the access and use of the city from a gender perspective. The difference between the use of public and private spaces in the city is based on differences in traditional gender roles. Caring for the home is a task traditionally assigned to women that takes place in a private environment; while men have control and dominance of the public sphere. For this reason, the work of urban artists *feminize space* from the symbolic appropriation of a historically denied space.

Keywords: Urban art, appropriation of public space, feminization of space



ÍNDICE

1. Planteamiento de la investigación	5
1.1 Tema de investigación	
1.2 Pregunta de investigación	
1.3 Problema sociológico	
1.4 Justificación	
1.5 Modelo conceptual del trabajo	
2. Estado de Arte	8
2.1 El espacio público y apropiación simbólica del espacio	
2.2 Dinámicas de poder en las intervenciones de arte urbano	
2.3 El rol de las mujeres en el arte urbano	
3. Marco Teórico	12
3.1 Arte urbano	
3.1.1 Murales	
3.1.2 Street Art	
3.1.3 Grafitis	
3.2 Apropiación del espacio público	22
3.2.1 Espacio público: ¿Todos tenemos acceso a él?	
3.2.2 Apropiación del espacio público	
3.3 Las dinámicas de poder en el arte urbano.....	27
3.3.1 Los campos de poder	
3.3.2 Dominación masculina	
3.4 Los y las artistas en el arte urbano	30
3.4.1 Arte y agencia social	
3.4.2 Arte y género	
3.4.3 Feminización del espacio	
4. Metodología	39
5. Conclusiones	40
6. Bibliografía.....	41

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema de investigación:

Las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por artistas urbanas en Lima Metropolitana

1.2. Pregunta de investigación

¿Cuáles son las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por artistas urbanas en Lima Metropolitana?

1.3. Planteamiento del problema

El arte urbano en Lima es una práctica visual realizada desde hace muchos años en Lima, esta interviene en el espacio público e impacta al transeúnte en sus recorridos en la ciudad. En estos últimos años, el arte urbano se ha revalorizado por diversos actores sociales que promueven su difusión y su realización en Lima dado que es una forma de democratizar el arte, acentúa procesos de musealización e incluso turistificación en ciertas zonas de la ciudad. No obstante, muchas de estas intervenciones son borradas e intervenidas; por ejemplo, en el año 2015, en la gestión municipal de Luis Castañeda Lossio, se cubrieron diversos murales en el Centro Histórico de Lima según la ordenanza de 1994 (Lezama, 2015). Este acto ocasionó una gran polémica con respecto al rol del arte urbano en la capital: para algunos, este caso era un atentado contra las artes y la cultura; mientras, para otros, estaba bien porque eran obras de pandillas “una mujer manifestó que la imagen de la tercera foto de la galería no era Santa Rosa, sino un grafiti obra de pirañitas” (RPP, 2015). Por lo tanto, en un mismo espacio social, co-existen dos dinámicas contradictorias entre sí: promover arte urbano y borrar arte urbano. Esto expresa cómo el arte urbano se inscribe en dinámicas de poder propias del espacio público. Por esta razón, el arte urbano va más allá de solo ser una pintura o un tag, es una forma de dialogar y *hacer* ciudad. He aquí donde se ha reconocido mundialmente a diversos artistas que han pintado en las calles y se han expresado en ellas como Diego Rivera dentro del muralismo, “Futura 2000” con el graffiti y Banksy en el *Street-Art*. Sin embargo, ¿Cuál es el rol de las mujeres en el arte urbano?

El presente trabajo de investigación busca analizar las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por las y los artistas que hacen arte urbano en Lima Metropolitana. Esta expresión o manifestación en la esfera pública no solo hace visible sus mensajes o sus temáticas sino, además, a ellos mismos como artistas y como agentes sociales. En este sentido, el arte urbano es una forma de apropiarse simbólicamente del espacio desde el arte y, es allí, donde se insertan las dinámicas de poder que promueven su realización para unos; mientras, para otros, obstaculizan su intervención. De esta forma, el presente trabajo de investigación busca responder

la siguiente pregunta ¿Cuáles son las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público desde las intervenciones realizadas por los y las artistas en Lima Metropolitana? Es decir, qué elementos intervienen para que un espacio sea apropiado desde la pintura o el aerosol y, como esta intervención, puede ser aceptada o borrada según sus temáticas, mensajes, etc.

1.4. Justificación

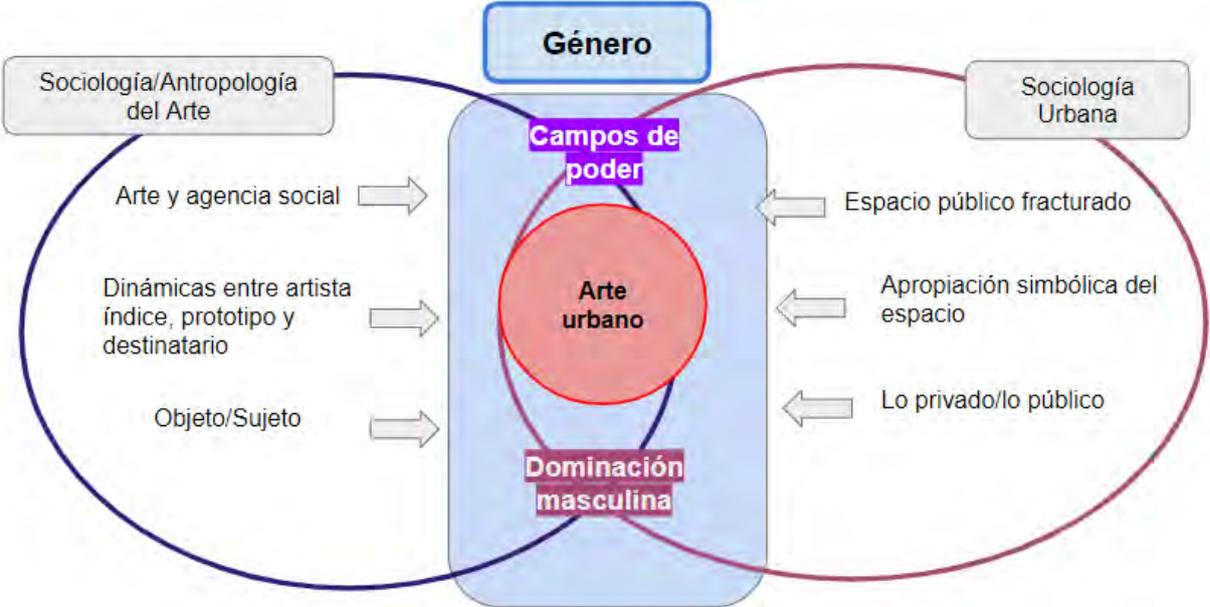
La importancia del presente trabajo de investigación es estudiar al arte urbano no solo como una expresión artística, sino adentrarse al hecho de pintar sobre las paredes y cuestionar si dicha intervención no dialoga, además, con estructuras de poder propias del espacio. En este sentido, el arte urbano no solo es una decoración o un adorno en las calles, sino una apropiación simbólica del espacio público que transmite ciertos mensajes e impacta, de alguna u otra forma, al tejido social. Y, por lo tanto, su realización, puede ser bien aceptada como también rechazada, borrada, intervenida, etc. Lo innovador de dicha investigación no es solo estudiar a las diferencias socio-espaciales en la dinámica borrar/aceptar al arte urbano sino, además, insertar la variable de género a la hora de estudiar a los y las artistas. Es decir, reconocer a la apropiación como un proceso fragmentado que permite a algunos, pero obstaculiza a otros a pintar por las calles y como la vulnerabilidad de las mujeres en el espacio público y su subordinación dentro del mundo de las artes como *musas* más no *artistas* se intersecta en el acto de pintar en las calles de Lima. En otras palabras, el arte urbano es una lucha simbólica por hacerse visible y hacer visible un mensaje en la ciudad. Por lo tanto, realizar un trabajo sobre arte urbano, género y dinámicas de apropiación se inserta en temáticas contemporáneas sobre el poder, el papel de las mujeres en la ciudad y la fragmentación social.

1.5. Modelo conceptual

A partir del siguiente modelo conceptual, se podrá entender mejor la manera en la que se quiere desarrollar la siguiente investigación. El eje central del presente trabajo es el arte urbano, este no es solo estudiado como una corriente artística sino como una expresión que se relaciona, directamente, con dos conceptos de la teoría sociología formuladas por Pierre Bourdieu: los campos de poder y la dominación masculina. Asimismo, se inserta en dos enfoques. dentro de las ciencias sociales, la sociología/antropología del arte y la sociología urbana. Por un lado, dentro de la sociología urbana se puede observar como el arte urbano dialoga con los conceptos de espacio público fracturado, la apropiación simbólica del espacio y la dinámica entre lo privado/público. Por otro lado, desde la sociología/antropología del arte, el arte urbano implica, además, una construcción de agencia social, una representación de sujeto/objeto y una relación co-dependiente entre variables propias de la semiótica del arte: índice, artista, prototipo y destinatario. No obstante, dentro de estos enfoques

dentro la sociología, el elemento transversal es la variable género que modifica e incluso reformula teorías dentro de la sociología urbana y la del arte.

Grafico del modelo conceptual



1



¹ Modelo conceptual, elaboración propia

2. ESTADO DE ARTE

El presente estado de arte se dividirá en cuatro partes que engloban las ideas generales de la investigación: el espacio público y apropiación simbólica del espacio, dinámicas de poder en las intervenciones de arte urbano, y el arte urbano realizado por mujeres.

2.1 El espacio público y apropiación simbólica del espacio

En primer lugar, el espacio público es un concepto estudiado por muchos autores que reconocen diversas relaciones de desigualdad en su acceso, uso y apropiación. Por ende, la apropiación puede ser analizada por diversos enfoques que reconozcan el eje central de la desigualdad, este puede ser económica, urbanístico, socio-cultural, etc. La autora Lidia Mierzejewska (2011) menciona la necesidad de estudiar al espacio público desde dos procesos contemporáneos propios de una sociedad de masas, la globalización y el neoliberalismo. Estos dos elementos han impactado en el uso y la apropiación del espacio público en una ciudad, trayendo como consecuencia la fragmentación social. “Se pueden distinguir muchas formas de apropiación del espacio público. Una de ellas es la usurpación funcional, cuyo efecto son las comunidades, así como las carreteras y autopistas dentro de la ciudad” (Mierzejewska, 2011, p.45). Es decir, la apropiación del espacio público es un proceso estructural y funcional donde, entre los factores responsables del cambio, está la construcción de hipermercados y centros comerciales en los márgenes de la ciudad, comunidades cerradas, así como carreteras y autopistas dentro de la ciudad. Esto posibilita la movilidad para unos; mientras, para otros, las limita y restringe.

De esta forma, la apropiación del espacio es una dinámica estructural propia de los fenómenos socio-económicos de los últimos años referidos al crecimiento de las ciudades, la globalización, el consumismo y los hipermercados. No obstante, ¿Cuál es rol de los(as) ciudadanos(as) ante estas dinámicas de apropiación/usurpación? Si bien, no podemos negar estos procesos estructurales de apropiación del espacio, lo interesante y central de dicho trabajo de investigación es estudiar la participación ciudadana como agente social de acción y transformación ante estos efectos usurpadores. Por lo tanto, Jessica Montserrat Fonseca Rodríguez (2014) menciona como el espacio público ha sido afectado por los distintos cambios sociales, económicos y urbanos en los últimos años. Según la autora, la consecuencia de los procesos de urbanización contemporánea se caracteriza en tres aspectos principales: disolución, debilitamiento o especialización de los centros, la fragmentación entendida como la lógica sectorial de las administraciones públicas y territorios cortados por vías de comunicación y, por último, la privatización. Ante estos tres elementos, el espacio público es un lugar sumamente desigual donde los agentes sociales buscan o hacen

uso de dinámicas de apropiación para transformar dichos espacios. Estas dinámicas de apropiación implican la incorporación de identificación simbólica de un espacio en particular “en las grandes ciudades con un fenómeno de la apropiación de los espacios públicos, ya sea por diversión, entretenimiento, marchas o protestas las personas han tomado las calles, monumentos, jardines y les han dado un sentido de pertenencia a través de la búsqueda de un espacio” (Montserrat, 2014, p.8). En este sentido, la búsqueda individual y/o colectiva implica adoptar al territorio características socialmente valorizadas. Este último punto, con respecto a la búsqueda de un espacio social por los agentes sociales es explicado a mayor profundidad a continuación. Patricia Ramírez Kuri (2015) reconoce las características de desigualdad y la fragmentación como transversales en los países latinoamericanos donde la construcción social y simbólica del espacio público se expresa en las relaciones y acciones sociales de poder, sociabilidad y conflicto. Ante estos efectos fragmentadores, los actores sociales están en constante búsqueda de espacios de inclusión o participación “que puedan transformar los códigos y las prácticas predominantes en la vida pública y en la cultura política, para contrarrestar los efectos fragmentadores de los procesos urbanos” (Ramírez, 2015, p.32). Por lo tanto, una de las búsquedas de hacer uso de la ciudad y contrarrestar el efecto fragmentador es el arte, donde los espacios se ven afectados por las pinturas y el spray que ponen color a las ciudades.

De esta forma, el arte urbano es una forma de apropiación simbólica del espacio que implica la interacción del artista con el espacio en particular. Según María Gil Orive (2013) la necesidad de apropiarse y hacer uso del espacio en la ciudad es una forma de expresión del hábitat urbano, es decir, construimos lo que habitamos. No solo desde un análisis socioeconómico sino reconociendo los diversos aspectos que se ven involucrados en el hábitat y la experiencia urbana de los artistas y, como ellos, se manifiestan como una necesidad de hacerse presentes en un espacio en específico asignando a un cierto lugar una serie de valores o significados simbólicos. Por ende, el arte urbano se reconoce como una forma de diálogo constante con lo urbano y apropiarse del espacio público desde lo simbólico en las diversas formas de expresión artística.

2.2. Dinámicas de poder en las intervenciones de arte urbano

En la tesis doctoral *Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos* se menciona como el arte urbano se impone como una forma legítima/ilegítima de la apropiación del espacio público. El autor, Emilio Fernández Herrero (2017) reconoce que el arte urbano es una forma cultural de revalorizar el espacio público dado que, el artista busca impactar al espectador, invitarlo a reflexionar o dialogar con las pinturas de las calles. Cabe mencionar que las reflexiones sobre la aceptación y/o rechazo se diferencia según intereses públicos, agendas políticas, etc. Dado que, si bien el arte urbano ha entrado en vigor por la aceptación de diversos espacios de arte contemporáneo como galerías de arte o

museos. Esta aceptación en el mundo artístico, dialoga, también, con la esfera pública; es decir, algunas expresiones del arte urbano como el mural art y el *Street Art* son cada vez mejor aceptadas, mientras otras como el grafiti sean aún llamadas como vandálicas o no reconocidas como arte. Según, el autor Francisco Reyes Sánchez (2012) la pintura y el grafiti son muy distintas porque la pintura usualmente tiene un mensaje, es anónimo y sin voluntad de estilo mientras el grafiti es una firma sin un mensaje (salvo excepciones) y con voluntad de estilo. Por esa razón, el autor menciona que el grafiti es vandálico; no obstante ¿Lo vandálico no puede ser arte? En el texto de Mario Moraga & Héctor Solorzano (2005) se estudia a la cultura urbana y el movimiento hip-hop. En el presente, se reconoce como existe una cultura hegemónica promovida por las galerías y los museos que, usualmente, es ajena para muchos jóvenes. Y, por esa razón, ellos crean y promueven diversas expresiones culturales y artísticas, distinta a la cultura dominante, esta contracultura “se establece que tal acción es contracultural porque va contra la cultura dominante u oficialista” (Moraga & Solorzano, 2005, p. 92) Esta expresión cultural es criticada tanto por historiadores del arte o la misma sociedad; sin embargo, dicha expresión crea y promueve la identidad, la cultura urbana y una forma alternativa contra-hegemónica de hacer y expresar arte. No obstante, si bien existen muchas personas que critican los movimientos contraculturales, en el arte urbano este rechazo también promueve una acción; es decir, que muchas expresiones artísticas dentro de la cultura urbana son perseguidas y/o borradas como en el arte urbano.

Este último punto con respecto a la persecución del arte urbano (murales, grafiti y el *Street Art*) es estudiado desde el caso de La boca (Buenos Aires). Según la autora, Mercedes González Bracco (2019) el proceso de gentrificación del barrio popular de Boca desplaza, de a pocos, a los residentes cercanos a Caminito. Este desplazamiento no es ajeno a las artes urbanas dado que hay dos procesos paralelos que coexisten actualmente, un arte urbano fomentado por el gobierno y las empresas, que cuenta con promotores económicos y se organiza en encuentros internacionales. Mientras existe otro acusado de vandalismo, ilegal y clandestino que suele intervenir o borrarse, “estos murales con mensaje social o político fueron y siguen siendo tapados o limpiados” (2019, p.124). Es así como podemos aún observar la dinámica entre borrar/pintar también dialoga con dinámicas poder sobre el espacio público y la ciudad.

2.3. El rol de las mujeres en el arte urbano

El mundo del arte urbano es, también, un mundo masculinizado dado que son, especialmente, los hombres jóvenes o las *crews* quienes realizan las diversas intervenciones en la ciudad. Según Teresa Caldeira (2006), el mundo del arte urbano no solo presenta una desigualdad socio-espacial sino, también, de género. Ella reconoce como la ciudad contemporánea es un espacio que promueve el consumismo a través de los grandes paneles de publicidad que se apropian no sólo del espacio público, sino que influyen en el paisaje urbano. Por ende, los artistas urbanos “luchan”

con la publicidad para expresarse mediante el graffiti, pichação, tag, etc. No obstante, la autora reconoce como, quienes usualmente realizan estas transgresiones, son hombres; mientras, el rol de las mujeres en el espacio público es ser sexualizadas en los diversos paneles publicitarios “mientras las mujeres jóvenes están presentes en el espacio público como cuerpos mercantilizados y sexualizados, los hombres jóvenes están presentes a través de la escritura y la pintura, mientras las mujeres jóvenes son el epítome del mundo del consumo dominante, los hombres jóvenes lo transgreden” (Caldeira, 2006, p. 135). En este sentido, las mujeres si bien son una minoría dentro del mundo artístico urbano, su rol intenta cambiar el rol de las mujeres en el espacio público, dándole la posibilidad de usar el arte como expresión de las desigualdades y/o vulnerabilidad que viven, al día a día.

En este sentido, el arte urbano realizado por mujeres se inserta en un diálogo constante con las dinámicas de poder propias del espacio público y el mundo del arte predominantemente masculino. Según Laura Rodrigo Luque (2019) la esfera pública es un espacio, predominantemente, masculino que las mujeres conciben como ajeno o extraño por las constantes experiencias que atraviesan: acoso sexual callejero, inseguridad, etc. No obstante, a lo largo de la historia, las activistas feministas han usado la calle como forma de reivindicar sus derechos. Esta forma de tomar “simbólicamente” las calles son medios potentes que visibilizan problemáticas que afectan, directamente, a las mujeres. Ante esto, hacer arte en la esfera urbana es una forma apoderarse de un espacio que, por muchos años, se les fue negado con el fin de promover equidad. Asimismo, Tatiana Pérez (2018) menciona que el rol de las mujeres en el arte urbano es importante en dos aspectos: se adueñan del espacio público y son pioneras en cuanto a técnicas y estilos. Por ende, el arte urbano por las mujeres se inserta en un diálogo constante entre la apropiación del espacio público y la visibilidad de un colectivo invisibilizado en el espacio público como lo son las mujeres.

3. MARCO TEÓRICO:

3.1 Arte urbano

El arte urbano corresponde a las expresiones artísticas que se ubican en las paredes, pistas y calles de la ciudad. Está, en un principio, se configuró como una forma alternativa de consumo artístico a la dinámica de museo, creando nuevos lazos de conexión entre el individuo y su entorno. En la actualidad, en las calles, se puede observar diversas expresiones artísticas como los murales, grafitis, *stencil art*, letrismo, *street art*, etc. Todas estas expresiones se insertan dentro del arte urbano porque se inscribe a propias dinámicas de la ciudad y dialoga con ella; es decir, “su esencia está en la interrelación que se genera con la gente y el entorno” (Fernández, 2018, p. 44). Por lo tanto, el arte urbano dialoga, directa o indirectamente, con lo urbano como bien su nombre lo dice.

Para empezar, se debe definir *lo urbano* para, después, conceptualizar a profundidad el arte urbano. Las ciudades son espacios modernos que conglomeran a diversos grupos heterogéneos de personas; no obstante, lo urbano corresponde a algo más allá que vivir en la ciudad. Lo urbano es, entonces, “el lugar donde las gentes se pisotean, se encuentran ante y en montones de objetos, se interfieren hasta no poder reconocer el sentido de sus actividades, complican sus situaciones hasta provocar situaciones imprevistas. (Lefebvre, 1983, p. 89). Esta metáfora define a *lo urbano* como el conjunto de prácticas y dinámicas sociales propias de una ciudad entendida como un espacio en constante interacción social. Asimismo, él menciona a estas prácticas sociales propias de las ciudades, siendo la calle un elemento principal donde convergen los intereses de sus habitantes; en otras palabras, la calle es el espacio donde las personas se manifiestan, se muestran, se apoderan de los lugares en un tiempo y espacio determinado (Lefebvre, 1983). De esta forma, el arte urbano, en sus diversas formas, se inserta en las propias dinámicas o prácticas de lo entendido como urbano dado que es una forma de manifestación y apropiación de los espacios públicos de las ciudades y expresa la interacción entre el individuo y su ciudad.

Estos pueden expresar, como se ven en las siguientes fotos, elementos identitarios según un barrio o una zona específica de la ciudad. En primer lugar, *Las Caras de Atahualpa* en el Callao representa a diversos personajes representativos para los residentes del callo y, en segundo lugar, el mar como eje identitario para los vecinos en Barranco.

Las caras de Atahualpa en el Callao²



Mural en Barranco³



Sin embargo, el arte urbano también puede expresar o manifestar un sentir personal desde las diversas expresiones de sentimientos, firmas, reflexiones políticas, estencil, etc. Estas suelen insertarse dentro del *graffiti* o el *Street-Art*. La razón por la que se encuentran en el espacio urbano es entablar un diálogo, tácito, con los y las personas que usan la ciudad. Estas expresiones también son consideradas arte urbano, aunque suelen realizarse sin previa coordinación.

Grafitis en fachadas de casas en Barranco⁴



Por esta razón, el arte urbano involucra a todas las expresiones artísticas que dialogan con lo urbano, su ciudad, con los transeúntes, entre otros. En algunos casos busca transmitir un mensaje identitario, en otras busca hacerse notar con los *tag* o el *graffiti*; como también, transmitir un mensaje político, social, contra-sistema, etc. Cabe mencionar que el arte urbano no es arte público porque puede insertarse en museos o galerías de arte sin perder su esencia (Blanché, 2015). Esta esencia debe entenderse como representaciones visuales que se inscriben dentro de prácticas y

² Fotografía de Alfredo Luna Victoria Vereau en la crónica “Las Caras de Atahualpa, la vitrina chalaca de los inmortales” del diario *Perú 21*. Recuperado en <https://peru21.pe/lima/caras-atahualpa-vitrina-chalaca-inmortales-cronica-421154-noticia/?foto=1>

³ Mural encontrado en la Bajada de Baños de Barranco, Lima. Fotografía propia

⁴ Fotografías propias, fachadas de casas con grafitis en el Jr. Unión cuadra 1, Barranco

dinámicas sociales dentro de lo urbano. Estas dinámicas bien pueden ser autorizadas o ilegales; sin embargo, el eje central es su interacción con el espacio y los transeúntes.

El arte urbano es, entonces, una forma de expresión artística que inscribe ciertos elementos simbólicos a un espacio determinado, apropiándose así de una pared desde el spray o el pincel e impactando no solo en el transeúnte sino, además, en la esfera urbana. Según Campos y Sequeira en Torres (2020), el arte urbano se ha consolidado como una participación en la creación y configuración de la imagen de la ciudad, tanto en procesos de turistificación, gentrificación y patrimonialización. Estos efectos propios del arte urbano son procesos contemporáneos que expresan como el acto de pintar en las calles va más allá de solo la expresión artística; sino; además, es una forma de *hacer y consumir* la ciudad.

3.1.1 Murales

Los murales son pinturas de gran formato (Blanché, 2015) cuya historia data desde la cultura prehispánica en México, pero alcanzó su máximo vigor y popularidad por el Movimiento Muralista Mexicano a principios del siglo XX con las pinturas de Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco, máximos exponentes. No obstante, desde esa época, el muralismo se ha popularizado en diversos países en América Latina como el Perú.

En el Perú, el muralismo posee una amplia trayectoria dentro de las corrientes artísticas donde diversos artistas reconocidos como Fernando de Szyszlo han realizado diversos murales en Lima. En la primera imagen, se puede observar un mural en mosaico realizado por Szyszlo ubicado en la calle Diez Canseco en Miraflores 276. En la segunda imagen, se puede observar el mural a mosaico realizado por Ricardo Wiesse ubicado en la vía Expresa. Sin embargo, actualmente, tan solo un treinta por ciento del mosaico permanece intacto. Estos murales fueron realizados a finales de los noventa cuyo fin, principal, era traer colores brillantes a una ciudad gris como lo es Lima.

Mural-Mosaico de Fernando de Szyszlo⁵

⁵ Mural-Mosaico de Fernando de Szyszlo en la calle Diez Canseco en Miraflores 276, fotografía propia



Mural en mosaico de Ricardo Wiesse⁶



No obstante, el muralismo ha sufrido diversos cambios dado que se insertó en diversos espacios, siendo también una forma de expresión de arte popular al representar el sentir popular e identitario de un grupo social en particular, es decir, el muralismo se inscribió a “una colección de prácticas cuyos productos son consumidos por el grupo que los hace” (Ticio Escobar, 1995, p.98). En este sentido, el muralismo sufrió diversos cambios donde no solo era pintar en la ciudad sino; además, una interacción constante con el espacio, con las personas que lo habitaban y la identificación desde la expresión artística de sus paredes, se “comenzó a generar desde los años setenta rutas multidisciplinarias y de acción directa sobre el espacio urbano, resignificando y replanteando un arte social construido desde la gente, con la gente y para la gente de manera comunitaria y colectiva” (Castellanos, 2017, p. 145). En este sentido, el mural tiene un papel sumamente importante con los ciudadanos dado que expresa y/o manifiesta las diversas prácticas, imaginarios, relaciones sociales que se construyen en el espacio. Entonces, se puede definir al muralismo

⁶ COSAS (2019) Urbanismo: el mural que merece Lima [Figura]. Recuperado en <https://cosas.pe/casas/156015/urbanismo-el-mural-que-merece-lima/>

como una disciplina artística que se inserta en el espacio público, dialoga con la sociedad, genera un debate con la realidad, recupera los espacios, resignifica e, incluso, crea territorios. (Castellanos, 2017). Es decir, es más que solo una pintura a gran escala, es una representación simbólica y una interacción constante entre el espacio y las personas que habitan, además, posee la capacidad propia de construir, re-ocupar y, hasta, crear nuevos espacios de interacción social.

Asimismo, el muralismo tiende a realizarse en un espacio de gran formato y, es por esa razón, requiere una coordinación previa o autorización con el/la dueña de la pared para realizarse de forma individual y/o colectiva. Cabe mencionar que esto no implica que las temáticas de los murales no sean transgresoras o puedan ser trasgredidas o borradas, uno de los ejemplos más representativos es el mural de Diego de Rivera de índole socialista ubicado en el vestíbulo del Rockefeller Center en Nueva York. Al exponerse dicho mural, Abby Rockefeller ordenó derribar dicho mural y, al poco tiempo, fue destruido (Ortoll & Ramírez de Arellano, 2004). Por ende, si bien el mural posee esta característica de autorización previa que difiere de otras expresiones de arte urbano como el *graffiti* o el *Street art*, que un mural sea autorizado con anterioridad no implica que no pueda insertarse a dinámicas de poder. Es decir, todo mural según su temática, ubicación y/o autor puede borrarse o vandalizarse por diversos actores sociales: pandillas, municipalidades, vecinos, etc. El pasado 17 de junio del 2020, la municipalidad del distrito de San Isidro, Lima, borró un mural realizado años atrás por artistas de la comunidad Shipibo Konibo de Cantagallo en la Residencial Santa Cruz, San Isidro. Ante el incidente, la municipalidad de San Isidro argumentó “que era un local alquilado (...) que debido al vencimiento del contrato se tuvo que entregar el espacio tal como fue otorgado” (El Comercio, 2020).



Fuente: Twitter de Manuel Velarde⁷

Por lo tanto, el muralismo también es una expresión artística que se inserta a dinámicas de poder sobre las temáticas sociales, estéticas, entre otras, que algunos aceptan mientras otros borran/intervienen. Lima es una ciudad altamente fragmentada y discriminatoria donde se ha construido el imaginario social alrededor de lo criollo que

⁷ Recuperado en <https://twitter.com/ManuelVelardeD/status/1272914014121664514/photo/1>

expulsa a lo “andino” o lo “indígena” del discurso social. A pesar de que Lima está conformada por una gran cantidad de migrantes del interior del país, el desprecio y desdén hacia ellos se refleja en una historia que margina, excluye e invisibiliza “la migración de provincias de la sierra es vista con verdadero espanto y desde” (Nugent 2015, p. 38). Y, dado que el mural tiene el poder de visibilizar a este grupo social, la Municipalidad de San Isidro tomó la decisión de borrarlo; de esta forma, no solo se elimina una pintura sino, además, lo que este grupo social representa. Es por esa razón que el muralismo es una expresión artística de gran formato que necesita una coordinación previa con el dueño, pero según sus temáticas, este puede ser aceptado o borrado porque se inserta a dinámicas de poder propias del espacio urbano y el tejido social del país.

3.1.2. Grafiti

En comparación con el muralismo que suele ser figurativo, el grafiti tiende a lo abstracto, a romper con la escritura formal e intervenir las ciudades desde el *tag* o las firmas en las calles. Blanché (2015) reconoce al grafiti como una forma particular de escribir en la ciudad, una forma de *style writing* que juega con la tipografía y el sentido de las palabras.



Instagram: @zagtwo ⁸

Instagram: @yoandes ⁹

Además, el grafiti es una forma de dejar huella en la ciudad que se realiza de manera personal o colectiva. La forma colectiva de creación artística del grafiti es a través de las *crews*, estos son grupos juveniles de chicos que se reúnen cuya intención es pintar y hacerse visibles en las paredes de la ciudad. Ellos suelen formarse según afinidad, por su gusto de pintar, por amistad, por barrio, entre otros, estos elementos influyen a

⁸ Zagtwo [@zagtwo]. (2019, 7 de noviembre). [fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/B4lqP-1AR8U/>

⁹ Yoandes [@yoandes]. (2019, 8 de abril). [fotografía de Instagram]. Obtenido de https://www.instagram.com/p/BwA7t21AHll/?utm_source=ig_web_copy_link

que, entre ellos mismos, se identifiquen como grupo (*crew*) el cual tiene un nombre distintivo y, su objetivo, es ser más visibles (Figuroa, 2008). Este último punto, la visibilidad, es uno de los objetivos principales de las *crew* y, por esa razón, se busca nuevos lugares para pintar, cada vez más visibles, más grandes, etc. Por ende, suelen realizarse desde la apropiación ilegal de los espacios tanto públicos o privados, usualmente las *crew* juegan con los límites de la legalidad e ilegalidad creando nuevos espacios de visibilidad. De esta forma, el grafiti se inscribe a una realización auto-autorizada, en otras palabras, sin el permiso de otras personas y/u organismos sociales o gubernamentales dado que el mismo actor o las *crew* quien/es decide qué o dónde intervenir. En conclusión, el grafiti es una expresión moderna del reclamo colectivo, la creatividad y las ansias por transformar el entorno de la ciudad, apropiándose de los muros y haciendo caso omiso de las restricciones o límites entre lo privado/público. (Rodríguez et al., 2017).

Cabe mencionar que, dicha apropiación personal o colectiva de un espacio sin coordinación previa, suele relacionarse, en el imaginario social, con lo vandálico, el pandillaje o las barras bravas. Estos grupos de jóvenes (*crews*) que se dedican al grafiti suelen considerarse como pandillas o grupos que utilizan la violencia o drogas (Figuroa 2008, 43). Y, en parte, es cierto que el grafiti también se inscribe en dinámicas de marcación de territorios entre barras bravas o pandillaje; sin embargo, esto no implica que todas las expresiones del grafiti sean de dichos grupos. Las *crews* se construyen a partir de grupos juveniles, predominantemente hombres, quienes tienen como principal objetivo dejar una huella en la ciudad; por lo tanto, si bien en el imaginario social se relaciona con la violencia o lo vandálico, son artistas urbanos que *hacen y producen* ciudad.

No obstante, y a partir de la relación mental entre el grafiti y lo vandálico, influye a que este sea usualmente borrado o criticado, tildándolo como una expresión no artística. De esta forma, se puede observar como el muralismo tiende a ser más aceptado que el *graffiti* por tratarse de una acción con previa autorización. Asimismo, esta es menos aceptada que el muralismo dado que modifica el paisaje urbano, acentuando el imaginario de que en los lugares donde hay grafitis son espacios peligrosos o existe la presencia de pandillas o barras bravas.

3.1.3. Street Art

El *Street Art* corresponde a un movimiento artístico que nace en las calles de los barrios más pobres de New York y ha alcanzado fama y popularidad mundial desde la aparición de figuras renombradas como Banksy, COMBO, Shepard Fairey e incluso, Jean-Michel Basquiat bajo el pseudónimo de SAMO. El *Street-Art* es un movimiento artístico que parte del grafiti, pero va más allá que eso porque no es solo la inscripción en las paredes o el uso del spray, sino que su objetivo principal es la interacción entre el artista, su obra y el público. Jean-Michel Basquiat comenzó su carrera artística escribiendo la palabra SAMO junto frases satíricas, poéticas e incluso filosóficas en

los diversos barrios en New York. Al Diaz, su compañero de ese entonces afirma “Lo que hacíamos era algo completamente aparte del *subway graffiti culture*, no era parecido al grafiti, era casi como una reacción a eso¹⁰” (JakeZeeman, 2020). Estos inicios de Basquiat junto a SAMO, se aleja del grafiti y constituye otra variable dentro del mundo del arte urbano que dialoga con el transeúnte, lo invita a la reflexión o a la sátira desde los diversos escritos en las paredes de New York. Este primer momento de inscripciones a las paredes fue eje fundamental para el desarrollo de Basquiat que, años posteriores, fue reconocido como máximo representante del neo-expresionismo abstracto; sin embargo, nunca pierde esa esencia del *Street Art* en sus pinturas. Este último punto se puede observar con mayor visibilidad en las siguientes expresiones artísticas. Por un lado, en la primera imagen, se puede observar a Basquiat realizando una intervención artística en las calles bajo el seudónimo de SAMO. Por otro lado, en la segunda imagen, se presenta uno de sus cuadros más reconocidos titulado “Hollywood Africans”.



SAMO¹¹



Jean-Michel Basquiat “Hollywood Africans”¹²

Si bien ambas expresiones se encuentran en diversos espacios: la calle y el museo, la esencia del *Street-art* sigue manteniéndose vigente. Esta esencia está compuesta por una libertad en su realización (técnica) donde se puede hacer uso de diversos materiales como grafiti, espray, oleos, etc. Y, además, su componente principal se encuentra en las calles y alimenta de estas; es decir, de sus dinámicas, sus aprendizajes, sus expresiones, etc. Por esa razón, se puede observar cómo incluso

¹⁰ Traducción propia

¹¹ Widewalls (2015) *Basquiat Street Art Masterpieces - Street Art Legends Series* [Figura]. Recuperado en <https://www.widewalls.ch/magazine/street-art-legends-best-of-basquiat-art>

¹² The Guardian (2013) *Jean-Michel Basquiat: the street-art inspiration for Massive Attack* [Figura]. Recuperado en <https://www.theguardian.com/artanddesign/2013/oct/14/jean-michel-basquiat-street-art-massive-attack>

en una pintura de lienzo, se incorporan grafitis, escritos e incluso las siluetas abstractas de personas que se hacían, desde ya, en la calle. Esta esencia trasgresora entonces, no solo en técnica sino, además, en realización sigue presente aun cuando el cuadro se traslada a otro espacio fuera de las calles.

Es entonces el *Street-Art* un movimiento artístico cuyo objetivo no es solo la inscripción de un *tag* o la apropiación simbólica del espacio mediante grandes murales, sino la interacción directa entre el objeto y su obra, porque es mediante este dónde se dialoga con el transeúnte. En otras palabras, es el objeto el medio principal, el que transmite un mensaje, dado que el artista, usualmente, es anónimo y realiza dichas intervenciones artísticas desde lo ilegal. En una entrevista con el artista Mathieu L'Hôté, él me comento que “el Street art es también una apropiación de la calle puede ser que, en su inicio, sea ilegal, pero que ahora también a veces tiene una parte organizada y etc. Sin embargo, su medio no es la tinta o el plumón ni tampoco el aerosol, ni tampoco la pintura acrílica. Sino el Street-Art va incluso más al objeto, se puede usar el spray para hacer estencil, pero mayormente son afiches, stickers o inclusive al objeto o lo monumental”

Entonces, el *Street art* es la relación directa entre la obra y el transeúnte, para este, se hace uso de una gran variedad de materiales, técnicas, realizaciones, con el objetivo principal de captar la atención del transeúnte e interactuar con él desde el propio mensaje del objeto. Es esta búsqueda de atención e interacción diversos artistas han diversificado sus intervenciones en la ciudad y, con el pasar del tiempo, han aparecido nuevas inversiones en la ciudad como estencil, sticker art, poster art, etc. En la primera imagen se puede observar un ejemplo de *Street Poster Art* realizado por uno de sus máximos exponentes Shepard Fairey y, en la segunda imagen, se puede observar un ejemplo de *Sticker art* como una forma de interactuar con el transeúnte en Blois, Francia.



Obey Giant de Shepard Fairey¹³



¹³ Recuperado en <https://obeygiant.com/>

Sticker art en Blois, Francia ¹⁴

La mayoría de dichas intervenciones parten de la innovación, la búsqueda de expandir el movimiento artístico en su realización, en la técnica y su acción en las calles. Por esa razón, en los últimos años, el Street-Art se ha diversificado según la creatividad de sus artistas y la forma en como intervienen e interacción con el público en la ciudad.

El *Street-Art* difiere del mural porque no solo implica pintar en grandes superficies y, además, es distinta al grafiti porque va más allá de un estilo de escritura o *style-witting*. Esta es una corriente artística que nace en las calles y se alimenta de ellas, esta es representada en la superficie del espacio urbano y busca comunicarse con una amplia audiencia de manera reformativa, efímera y participativa con el transeúnte (Blanch, 2015). Cabe mencionar que, al igual que el grafiti, tiende a realizarse desde lo ilegal o auto-autorizado, apropiándose tanto de lo privado y lo público. Para ejemplificar dicha explicación se presentarán diversas obras de los más principales exponentes del Street-Art en el mundo: Banksy y COMBO.



Well Hung Lover de Banksy ¹⁶



Coexist por COMBO¹⁵



Global Warming is fake, COMBO ¹⁷

¹⁴ Fotografía propia

¹⁵ Recuperado en <http://www.combo-streetart.com/gallery/coexist-1/>

¹⁶ Recuperado en <https://afterthoughtsonvisualarts.home.blog/2019/02/07/well-hung-lover-by-banksy/>

¹⁷ Recuperado en <http://www.combo-streetart.com/gallery/macron/>

Por un lado, Banksy juega con el movimiento y la dinamicidad del espacio, retratando una ventada donde se encuentra un hombre colgando. Por otro lado, COMBO suele realizar sus intervenciones pegando posters o recortes en las paredes de Francia para expresar un sentir tanto político como social. La palabra “Coexist” significa “coexistir” y está compuesta por diversas simbologías de religiones como la islámica, cristiana y judía. Esta relación entre la palabra coexistir y la simbología de diversas religiones, invita a la reflexión sobre la realidad y el odio que existe entre religiones. Asimismo, en una intervención en las calles francesas, se colocó la imagen de Donald Trump quien escribía “el calentamiento global es mentira” y Emmanuel Macron con la frase “haz que la tierra sea buena otra vez”. Esta es una crítica a las políticas ambientales y discursos presidenciales por dichos líderes tanto en Estados Unidos como en Francia. Por lo tanto, en ambos casos, las imágenes representadas y el mensaje presente en ambas expresiones artísticas buscan la reflexión y el diálogo con transeúnte desde la libertad en la técnica.

En conclusión, el *Street-Art* es una corriente contemporánea que nace por la innovación y libertad en técnica artística que influye en las intervenciones dentro de la ciudad y cree nuevas relaciones, interacción o conexiones entre la materialidad del objeto artístico, el transeúnte y la ciudad. Este diálogo directo conlleva a algún efecto o impacto al transeúnte para que no solo noten que existe o es visible (como el grafiti) sino que también se interactúe con él.

3.2. Apropiación del espacio público

3.2.1 El espacio público ¿Todos tenemos acceso a él?

En las ciudades, existen dos espacios en particular: los espacios públicos y los espacios privados. Evidentemente, con el pasar del tiempo las configuraciones sociales, han aparecido diversos espacios de control privado que parecen públicos como los centros comerciales. No obstante, el espacio público supone el uso común cuyo único propietario es el Estado quien vela la seguridad de su libertad y el uso indiscriminado de todos y todas “Lo público remite a la acción y al discurso; lo privado, a la reproducción y al trabajo. Lo público es lo aparente y manifiesto; lo privado, lo oscuro que debe ser ocultado, sustraído a la mirada de los demás. Lo público es el espacio de la libertad, de la capacidad de inicio de algo nuevo; lo privado, el ámbito de la necesidad, de la reproducción” (Arendt, 1958, p. 71). No obstante, en el Perú, se han presenciado diversos procesos desiguales del urbanismo y modernización que acentúan las desigualdades en el uso y acceso de la ciudad. Este último punto implica que existe un grupo privilegiado de personas que tiene la posibilidad de hacer uso del espacio público mientras, por otro lado, otro grupo de personas no posee la misma libertad de acceso y uso del mismo espacio.

Esta idea basada en la desigualdad del uso y acceso del espacio público es desarrollada por el autor Pablo Vega Centeno cuya hipótesis afirma que Lima es una

ciudad fragmentada en tres dimensiones en particular que acentúan la desigualdad del derecho de la ciudad. En primer lugar, la desigualdad en la funcionalización de los espacios públicos, estos han sido transformados a espacios predominantemente de uso automovilístico (privado/público). Es decir, son los ciudadanos los más vulnerables a hacer uso de los espacios públicos. En segundo lugar, es necesario mencionar las diversas restricciones que impiden el derecho a la recreación en parques públicos en zonas residenciales diferentes. Y, por último, es necesario mencionar las experiencias cotidianas de desigual acceso a los espacios públicos parte de la diferenciación de las gestiones municipales, esta desarticulación acentúa la desigualdad en el tránsito por la ciudad de Lima (Vega Centeno, 2017). Estas tres dimensiones conforman la hipótesis de que “Lima es una ciudad fragmentada y no hay espacios públicos” (Vega Centeno, 2016, p. 14). En este sentido, los habitantes de Lima hacen uso de los espacios públicos de una manera ajena a sus experiencias ciudadanas, es decir, las personas en Lima no experimentan la ciudad como ciudadanos, con derechos y deberes, sino como residentes donde asume, con seguridad, la potestad de reclamar la gestión de su territorio (Vega Centeno, 2016). Esta hipótesis es sumamente interesante, para reconocer la desigualdad del uso y acceso a los espacios públicos. En este sentido, el arte urbano que ocupa su realización en el espacio público también puede verse afectado por esta fracción social. Esto implica que, la apropiación del espacio público es desigual a partir de las experiencias ciudadanas diferentes. No obstante, hay que reconocer la heterogeneidad del uso del espacio público no solo en la ubicación socio-espacial, sino también, desde la variable género dado que existe una crítica que invita a repensar la implicancia del género con respecto al uso de los espacios públicos.

Desde una perspectiva de género, la experiencia urbana no es la misma dado que las mujeres experimentamos la ciudad de una manera distinta. La heterogeneidad del tejido social parece haber sido suprimido y/u olvidado por los teóricos urbanistas, quienes han reconocido las variables de clase social y ubicación geográfica, pero no la variable de género. Según Soto (2011), existen tres formas en las que las mujeres construyen imaginarios urbanos, experimentan y usan su ciudad. En primer lugar, la *ciudad pensada* que tiende a generalizar la idea de que la organización del sistema urbano se funda sin considerar la situación y/o condición social de las mujeres. En segundo lugar, *la ciudad vivida* implica reconocer la invisibilidad de las mujeres dentro de las ciudades y, como esta invisibilidad, ha producido barrios, calles, transportes y servicios inapropiados para sus necesidades. Por último, *la ciudad imaginada* como experiencia no es solo material sino también emociones, recuerdos, sensaciones. Es decir, la experiencia urbana de las mujeres es distinta porque esta involucra situaciones de acoso, inseguridad que acentúa la vulnerabilidad de la existente fragmentación social. Para Zúñiga (2014) esta diferencia en el consumo de la ciudad acentúa las diferencias y vulnerabilidades de la esfera pública para las mujeres, este es un lugar/no lugar donde ellas se sienten y son percibidas ajenas en un doble juego de visibilidad e invisibilidad. Es decir, son visibles como cuerpos de deseo o ultraje y no como sujetos de derecho que pueden ejercer su libertad como ciudadanas.

Por lo tanto, el espacio público es un lugar ajeno y extraño, donde las vivencias constantes de acoso callejero y socialización a través de paneles publicitarios, solo acentúan la vulnerabilidad y los derechos de las mujeres cuando hacen uso de su ciudad.

3.2.2 Apropriación simbólica del espacio público

Tras la revisión sobre el espacio público, es necesario reconocer también que la apropiación del espacio público es un proceso desigual porque, el mismo acceso al espacio público, se encuentra fraccionado. La apropiación del espacio puede realizarse de diversas formas: económica, artística, cultural, etc. Este proceso implica la inserción de ciertos elementos que varíen el uso y el valor de un espacio en particular; es decir, la “apropiación muestra que el uso y el valor de uso pueden dominar el cambio y el valor de cambio” (Lefevre 1998, p.14). Esta apropiación es resultado de la relación particular entre el individuo y su esfera social (lo urbano) lo que impulsa a que el sujeto se apropie de dichos elementos materiales o simbólico, la “estructura del espacio se manifiesta, en los contextos más diversos, bajo la forma de oposiciones espaciales donde el espacio habitado (o apropiado) funciona como una especie de simbolización espontánea del espacio social” (Bourdieu, 1999). La apropiación, en este sentido, es una forma simbólica de incorporar ciertas características propias o colectivas hacia cierto espacio social.

En este sentido, podemos definir a la apropiación del espacio como un acto simbólico que inserta ciertos elementos personales o colectivos a un entorno social; es decir, “la apropiación del espacio es un proceso dialéctico por el cual se vinculan las personas y los espacios, dentro de un contexto sociocultural, desde los niveles individual, grupal y comunitario hasta el de la sociedad” (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005, p. 292) Este proceso es llevado a cabo de dos formas en particular que se complementan a sí mismas: la acción/transformación del espacio y la identificación simbólica. Según Vidal Moranta & Pol Urrutia (2005) la apropiación es un proceso de acción e identificación simbólica entre una persona y su espacio social. Para empezar, en la dimensión de la acción implica un cambio material con respecto al espacio en particular, este podría ser una pintura, un mural, una feria, etc. Esta acción/transformación del espacio busca la identidad simbólica, esto implica la consolidación de un sentimiento de pertenencia a un entorno significativo en seis dimensiones: territorial, psicosocial, temporal, conductual, social e ideológica. (Vidal Moranta & E. Pol Urrutia, 2005). En el siguiente gráfico se puede apreciar la propuesta teórica del autor con mayor rigurosidad.

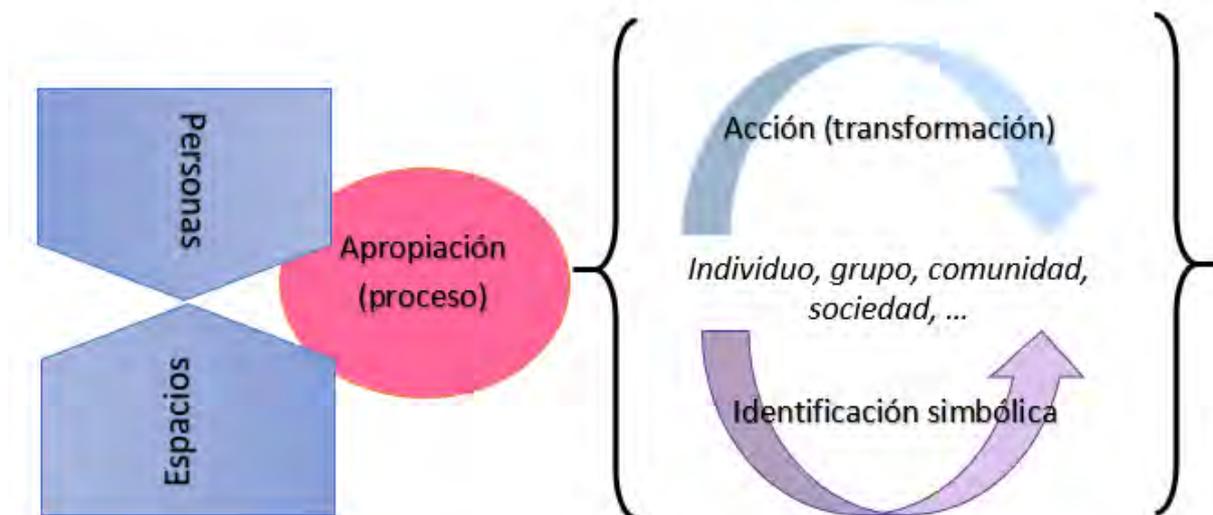


Figura 1. Esquema de la apropiación del espacio (adaptado de T. Vidal Moranta y E. Pol Urrutia) ¹⁸

Por lo tanto, la apropiación es un proceso socio-cultural donde se incorporan elementos simbólicos desde la interacción de las personas con su entorno, es “un acto de integrar la acción en el espacio, insertar dando a un lugar específico una serie de significados que generan una comprensión compartida del espacio, de su valor de uso, simbólico, histórico y cultural” (Orive 2013, p. 400). Esta apropiación implica, asimismo, un proceso de acción/transformación e identificación simbólica con el espacio. Esta acción bien puede ser ejemplificada desde el arte urbano que crea y establece diversas expresiones visuales que crea identidad en un espacio social determinado, como el caso de los murales en la calle Atahualpa en el Callao. Por esta razón, poner arte en las calles no significa embellecer el espacio urbano; más bien, esto implica que los espacios temporales se convierten en obras de arte y, este mismo, se re-considera a sí mismo como fuente y modelo de apropiación del espacio y el tiempo (Lefebvre, 1996). Es decir, se debe repensar al arte no sólo como un adorno, sino, como una expresión visual donde se insertan ciertos elementos simbólicos que modifican, de una u otra manera, el uso y consumo de la ciudad. Asimismo, el arte implica una expresión de un derecho sobre la ciudad “derecho a la libertad, a la individualización en la socialización, al hábitat y al hábito. El derecho a la obra, a la participación y a la apropiación está implícito en el derecho a la ciudad.” (Lefebvre, 1996, p.80). En este sentido, es la obra misma quien se apropia simbólicamente de un espacio/ tiempo e interactúa, modifica o trae algún tipo de impacto al espacio

¹⁸ Nota: De " La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares ", por Vidal Moranta, T. & Pol Urrutia, E , 2005, *Anuario de Psicología*, Vol. 36, p. 292. Derechos reservados 2016 por la Universitat de Barcelona. Reproducido con permiso.

urbano. No obstante, ¿Todos tenemos la misma capacidad de apropiarnos sobre el espacio social?

Dentro del tejido social, todos y todas poseen diversos recursos, capacidades, entre otros, para actuar y hacer ciudad. No obstante, estos recursos, capacidades no son repartidos de manera homogénea, es decir, dentro de la apropiación del espacio también se insertan las desigualdades estructurales y las dinámicas de poder. En este sentido, es necesario pensar y cuestionar las teorías que homogenizan al tejido social, reconociendo el enfoque interseccional con respecto a las propias diferencias de la sociedad. Por esta razón, las personas que hacen ciudad deben ser entendidas como heterogéneas según clase, género, entre otros. Empero, principalmente, es necesario reconocer la variable género dentro del consumo, uso y apropiación de la ciudad. Por el hecho de que las mujeres han sido recluidas al espacio “privado” relacionado al hogar mientras, los hombres, podían hacer uso tanto del espacio privado o el espacio público, apropiándose simbólicamente de un espacio exclusivo para la homosociabilidad “Lo femenino, asignado a la mujer, se ubica de modo exclusivo en el ámbito privado, doméstico, familiar. El ámbito “privado” aparece como el propio de la mujer, la cual por naturaleza podría desempeñarse mejor en ese sentido. Este es el espacio del cuidado, de la atención a los otros, de los afectos, de la reproducción de la vida, del trabajo no remunerado e invisible” (De Smith, 2008, p.117) Esta presencia y dominancia masculina no es más que una expresión de la apropiación de un espacio público.

La investigadora Mara Viveros Vigoya (2002) menciona que la existencia de escenarios de homosociabilidad masculina en la ciudad no son más que un reflejo de una dominancia masculina en las ciudades, esta es una dimensión importante de la masculinidad porque implica la existencia de espacios simbólicos del poder, el cual, las mujeres no han formado. Estos espacios predominantemente masculinos han sido apropiados, simbólicamente, por los hombres creando así espacios exclusivos para la homosociabilidad “La vida de los varones transcurre en lugares monosexuados, es decir, en espacios cuyo uso o presencia se les atribuye en forma casi exclusiva” (Viveros, 2002, p. 99). Esta apropiación masculina del espacio permite el desarrollo de relaciones entabladas entre los varones y lugares particulares. Por ejemplo, las canchitas de fútbol en la ciudad son espacios donde se realizan diversas actividades exclusivas para los hombres, de esta forma, la apropiación social de este espacio construye territorios masculinos “A pesar del surgimiento de tiempos y espacios de encuentro entre hombres y mujeres, en muchos de ellos se tiende a reproducir la imagen de la masculinidad hegemónica y, en este sentido, a ignorar o a subordinar a las mujeres” (Viveros, 2002, p. 101). En este sentido, y reconociendo una dominancia masculina en el uso, acceso y apropiación del espacio público se debe reconocer también la diferencia de género, sus implicancias y limitaciones, dentro del arte urbano.

En conclusión, el espacio público es fracturado no solo en procesos urbanísticos sino también desde la variable género y, de esta forma, la apropiación simbólica también es un proceso “fracturado”, es decir, que posibilita a unos, pero restringe a otros.

3.3. Las dinámicas de poder y el arte urbano

3.3.1. Los campos de poder y la apropiación del espacio

Desde los conceptos de uso y apropiación, se ha desmantelado la falacia de la afirmación “el espacio público es de todos” dado que es ajena a las propias desigualdades sociales, género, entre otros, que nos invitan a la reflexión del concepto “derecho a la ciudad” propuesto por Lefebvre. No obstante, estas desigualdades estructurales en el acceso y uso del espacio público pueden obstaculizar o acentuar nuevas estrategias de apropiación desde las artes como el performance, coreografías en las calles, et. Estas estrategias se imponen como una alternativa de hacer uso y apropiarse del espacio y, en presente trabajo, el arte urbano se inserta en dicha dinámica.

De esta forma, el arte urbano es una forma de hacer uso y apropiarse del espacio desde sus diversas expresiones como el muralismo, el graffiti, el letrismo, el *Street Art*, etc. Empero, dicha realización también implica una competencia tácita entre los y las artísticas en la búsqueda de muros donde manifestar y expresar las diversas formas de arte existentes en Lima. Por esta razón, existe una correlación entre el espacio público y el concepto de campos de poder. En el texto “*Campos de poder, campo intelectual*” Bourdieu hace un análisis desde los artistas y el campo intelectual como dominante. El autor reflexiona sobre la inexistencia del *arte por el arte* dado que el artista se inserta a dinámicas de poder propias del mismo sistema; por lo tanto, “es preciso percibir y plantear que la relación que un creador sostiene con su obra y, por ello, la obra misma se encuentra afectadas por el sistema de las relaciones sociales” (Bourdieu, 2002, p. 3). De esta forma, los y las artistas se insertan en un campo de poder que “se define, entre otras formas, definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en tiempos o a sus intereses propios y que no percibirá alguien que no haya sido construido para entrar en ese campo” (Bourdieu 2002, p. 120). Es decir, un campo es un espacio en particular donde algo está en juego, este elemento es algo deseable para los participantes e intentan, poder diversos medios, hacer uso/apropiarse de él. Dentro del campo de las artes, lo que está en juego es poseer o ganar mayor capital simbólico.

Bourdieu (2016) reconoce al *capital* como recursos escasos y valiosos desigualmente distribuidos capaz de producir efectos en los campos, permitiendo así el poder y la dominación. Para Bourdieu, hay 4 capitales: el capital económico, el capital social, el capital cultural y capital simbólico. El capital económico es el medio para ejercer el poder sobre recursos, bienes y servicios por medio de un intercambio y de carácter fundamental para la existencia de otros capitales. El capital social se define como el

conjunto de los recursos vinculados a la posesión de una red de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y reconocimiento. El capital cultura implica los activos sociales de una persona, esta puede ser la educación, el intelecto, estilo de habla, gustos, entre otros, lo interesante es reconocer cómo estos promueven/obstaculizan la movilidad social en una sociedad estratificada Y, el capital simbólico, implica la notoriedad o el prestigio (Bourdieu, 2016). Este último es el que entra en disputa en el mundo del arte urbano. Por ende, la apropiación se inserta a dinámicas de poder propias del espacio “Desde que el espacio está inscrito simultáneamente en las estructuras espaciales y en las estructuras mentales que son parte del producto de incorporación de las primeras, el espacio es uno de los lugares donde se afirma y se ejerce el poder” (Bourdieu, 1999). En este sentido, es posible realizar hacer el símil entre el concepto de “campos” con lo urbano porque es, en este último, donde coexisten diversas dinámicas de poder que buscan hacer uso, apropiarse y hacer ciudad “¿Lo urbano? Es un campo de tensiones muy complejo; se trata de una virtualidad, un po-sible-imposible que busca lo realizado, una presencia-ausencia siempre renovada siempre exigente.” (Lefebvre, 1983, p.32).

Haciendo una analogía del concepto campos de poder con el de apropiación del espacio público se puede observar como los artistas buscan transmitir un mensaje a partir de las diversas manifestaciones como el muralismo, el grafiti o el *Street Art*. Este puede ser un significado personal, colectivo, político, satírico, filosófico, abstracto, figurativo, entre otros; sin embargo, recae en transmitir un mensaje en particular y ser reconocido. De esta forma, es distinto pintar un cuadro y mostrarlo en una galería dado que el arte urbano se inserta en las dinámicas de lo urbano, es decir, es efímero porque puede borrar, intervenir, deteriorarse, entre otros; no obstante, dialoga con los y las transeúntes. En este sentido, el mensaje busca ser transmitido y reconocido, en palabras de Bourdieu, conseguir un mayor capital simbólico, de prestigio. Y, para lograrlo, los artistas crean diversos métodos, estrategias, etc. Para López (1998) los grafiteros eligen el espacio público (paredes, mobiliario urbano, vagones de metro, estaciones de autobuses, etc) que garantice a los otros, al paseante o voyeur, la percepción de su presencia. En este sentido, se trata de impactar al viajero urbano con pinturas cada vez más grandes y llamativas para hacer llegar su mensaje, tanto personal como colectivo. Por ende, muchas de estas expresiones del arte urbano

suelen limitar o dialogar con lo ilegal, porque la apropiación auto-autorizada es una forma de apropiarse de un espacio y, hacer uso de él, para transmitir un mensaje.



(1) Intervención feminista en el Ángel de la Independencia, México¹⁹



(2) Intervención feminista por el 8 de Marzo en la Plaza San Martín, Lima²⁰

En la anterior imagen podemos observar cómo se graffiteo el Ángel de la Independencia de México por grupos feministas en búsqueda de transmitir un mensaje en contra de los feminicidios y violaciones en dicho país. Esto solo demuestra la existencia de un campo de poder donde se juega por la visibilidad de los mensajes transmitidos por cada uno de los y las artistas. No obstante, no todos poseen las mismas herramientas para apropiarse de una pared y transmitir un mensaje en particular porque existen diversos grupos o instituciones que, constantemente, intentarán eliminar o borrar dichas intervenciones “La estructura del campo es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que intervienen en la lucha o si ustedes prefieren, de la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias anteriores (Bourdieu, 2002, p. 120) . De esta forma, hay varios integrantes en dicho juego de poder dado que hay quienes buscan transmitir el mensaje y otros que tratarán de borrar, invisibilizar, pintar y/o vandalizar dichas intervenciones artísticas las cuales pueden ser instituciones como la municipalidad, como también, pueden ser grupos, colectivos, vecinos, etc.

Es así como el arte urbano tiende a ser efímero, es decir, tiende a tener una corta duración, porque con el tiempo se desgasta por sí sola o son otros actores quienes la

¹⁹ Recuperado en https://www.archdaily.mx/mx/924586/mujeres-restauradoras-se-pronuncian-ante-las-pintas-del-angel-de-la-independencia-en-la-ciudad-de-mexico/5d785d96284dd16737000219-mujeres-restauradoras-se-pronuncian-ante-las-pintas-del-angel-de-la-independencia-en-la-ciudad-de-mexico-foto?next_project=no

²⁰ Fotografía propia

borran; de esta forma, los artistas deben hacer uso de espacios más visibles para captar la atención del o los transeúntes “se trataba de invadir todo el espacio público, llegar más lejos y más arriba que cualquier otro, colocar su rúbrica allí donde nadie más alcanzaba ponerla” (López 1998, p. 178). Es así como, los y las artistas, compiten por pintar más o más arriba, haciendo uso de arneses, escaleras, tecnología, etc. El fin es hacerse notar, destacar y transmitir el mensaje.

3.3.2. La dominación masculina

Esta dominancia masculina es un concepto que bien define Bourdieu como una estructura que subyace “relaciones de dominación/sumisión singular, que (..) separan y unen, en cada uno de los universos sociales, a hombres y mujeres, manteniendo de ese modo entre unos y otras la «línea de demarcación mágica»” (2000, p. 78). Estas relaciones de dominación se establecen desde la división sexual del trabajo que establece ciertas diferencias entre las mujeres y los hombres en su manera de ser, comportarse, vestirse, hablar, actuar, etc. De esta forma, se categorizan ciertos elementos a las mujeres desde *la mirada masculina* como la eroticidad, sexualización, etc. Para Bourdieu (2000) la dominación masculina reduce el rol de las mujeres a objetos simbólicos, cuyo ser (esse) es un ser percibido (percipi), desde una dependencia simbólica; es decir, existen para y por la mirada masculina, siendo representadas como objetos acogedores, atractivos, disponibles. Esta *mirada masculina* se encuentra presente en el mundo artístico donde, históricamente, los artistas hombres retrataban a las mujeres desde su propia formulación de lo femenino.

En la historia del arte, lo femenino “se ha construido tradicionalmente desde una visión principalmente masculina, en ocasiones caricaturizada, de la idea de lo femenino” (Crespo Barrena, 2018, p.10). Esta construcción caricaturizada de lo femenino desde este ideal masculino sobre las mujeres, busca resaltar ciertos elementos construidos desde el ideal de lo “femenino” entendido como “sonrientes, simpáticas, atentas, sumisas, discretas, contenidas, por no decir difuminadas. Y la supuesta «feminidad» sólo es a menudo una forma de complacencia respecto a las expectativas masculinas, reales o supuestas, especialmente en materia de incremento del ego” (Bourdieu, 2000, p. 50). Lo interesante es observar cómo dicha diferenciación influye no sólo en cómo las mujeres son percibidas sino, además, como ellas mismas se ven insertas en una estructura que, más o menos, establece roles femeninos a seguir. Estos roles tradicionales de lo femenino se relacionan, además, con el canon mariano referido a la imagen de la Virgen María como máximo exponente femenino.

3.4. Los y las artistas en el arte urbano

Tras la breve descripción de lo urbano como un campo de poder donde el arte urbano es una herramienta, siendo la creación del artista, el objeto artístico, el transmisor de un mensaje, el que se apropia del espacio. A continuación, nos centraremos en

estudiar al arte en sí mismo como transmisor de un mensaje, como agente social y como transformador de una ciudad.

3.4.1. Arte y agencia

Tras lo visto anteriormente, con respecto a la estructura desigual, los campos de poder, dominancia masculina y apropiación del espacio público ¿Cuál es el rol del arte y los/las artistas? Ellos y ellas se insertan a una dinámica entre la estructura y la acción. Para Giddens, la estructura y la acción son dos elementos interdisciplinarios, la estructura brinda herramientas y/o elementos de acción y esta última lo manifiesta. Por un lado, la estructura posee dos dinámicas y/o características: las reglas y los recursos que habilita ciertos canales de acción, como también, limita o constriñe otros. Por otro lado, la acción es la capacidad de los individuos pueden actuar independientemente “una acción nace de la aptitud del individuo para producir una diferencia en un estado de cosas o curso de sucesos pre-existentes” (Giddens, 2006, p. 48). Esta acción posee tres niveles: parte de la motivación de la acción, la racionalización de la acción y el registro reflexivo de la acción. No obstante, en la interacción entre la estructura y la acción, no todos los individuos tienen la misma capacidad de acción y es aquí donde se inserta el concepto de la agencia, esta es “su capacidad de hacer esas cosas en primer lugar (por eso la agencia implica poder). Agencia se refiere a los eventos de los cuales un individuo es un autor, en el sentido de que un individuo podría, en cualquier fase de una secuencia dada de conducta, haber actuado de manera diferente” (Giddens, 1986, p. 9). De esta forma se puede entender, desde Giddens, a la agencia como la capacidad de acción. Ahora bien, ¿Cuál es la relación entre la agencia y el arte?

El arte no sólo debe entenderse como un elemento estético sino como una creación social que refleja diversas interacciones sociales, y en dicha materialidad del objeto artístico existe agencia; es decir, el arte en sí mismo tiene agencia. Y, esta agencia, debe ser entendida como “los que llevan a cabo las acciones sociales que surten sobre los pacientes” (Gell 1998, p. 5). Es decir, los artistas son agentes primarios y sus creaciones una trascendencia o extensión de ellos mismos, en este sentido, las piezas de arte son también agentes secundarios dado que tienen cierta repercusión, de una u otra manera, a los pacientes, entendidos como el/los “otro(s)”. Estas agencias pueden ser atribuidas a los índices u objetos del arte desde el o la artista, es decir, “la agencia social se puede ejercer sobre las cosas y la pueden ejercer las cosas mismas” (Gell, 1998, p. 15). Empero, este reconocimiento de “agente” involucra la relación sobre “otro” que es paciente, es decir, uno es capaz de actuar siempre y cuando esta acción tenga cierta repercusión en el otro, este otro es categorizado por Gell como el paciente. Esta relación co-dependiente involucra la existencia de uno para la existencia del otro, es decir, el arte es agente siempre y cuanto repercute cierta sensación, sensibilidad u otro efecto en el “otro”.

La relación entre agente-paciente se ve reflejada en el arte. Existen 4 términos que dialogan y se relacionan los unos con los otros que son utilizados para comprender las relaciones entre arte, espacio, artista, etc. Estos son artistas, índice, prototipo y destinatario. Los artistas son los creadores, los índices o piezas de arte son entidades que propician abducciones y son plasmadas por los y las artistas, los destinatarios son aquellos quienes los índices ejercen agencia y los prototipos son entidades que reflejan, de una u otra forma, al índice (Gell, 1998)

		AGENTE			
		Artista	Índice	Prototipo	Destinatario
PACIENTE	Artista	El artista como fuente del acto creativo. El artista como testigo de la creación.	El material le dicta su forma al artista inherentemente.	El prototipo controla las acciones del artista. Su apariencia la imita el artista. Arte realista.	El destinatario es la causa de las acciones del artista (como mecenas).
	Índice	La agencia y la intención del artista moldean la materia.	El índice como su propia causa: «hecho por sí mismo». El índice como «cosa hecha».	El prototipo determina la forma del índice.	El prototipo como causa del índice.
	Prototipo	La apariencia del prototipo determinada por el artista. Arte imaginativo.	Las imágenes o las acciones del prototipo están controladas por un índice, un <i>lorus</i> de poder sobre el prototipo.	El destinatario es la causa de la creación del índice y de su forma. El índice afecta al prototipo.	El destinatario ejerce un poder sobre el prototipo. Hechicería por imagen.
	Destinatario	La respuesta del destinatario está determinada por la habilidad, el intelecto, los poderes mágicos, etc., del artista. Está cautivado	El índice es la fuente del poder sobre el destinatario. Este actúa como «espectador» que se somete al índice.	El prototipo ejerce poder sobre el destinatario. Su imagen se usa para controlar las acciones del destinatario. Idolatría.	El destinatario como mecenas. El destinatario como espectador.

21

Extraído del libro *Arte y Agencia* de Gell

Desde el anterior gráfico se puede reconocer la relación entre agencia y paciente es de un análisis al artista, el índice, el prototipo y el destinatario. Estos 4 elementos interactúan y dialogan según la pieza de arte, el artista, el prototipo y el público. Por

²¹ Nota: [Adaptado] De *Arte y agencia: una teoría antropológica* (edición, p. 63), por A. Gell, 2016, Buenos Aires: SB Editorial. Derechos reservados 2016. Reproducido con permiso. Recuperado en https://letrasindomitas.files.wordpress.com/2018/02/2016-1998-gell-alfred-arte-y-agencia_-una-teorc3ada-antropolc3b3gica.pdf

ejemplo, y para explicar esta idea, el mismo Gell analizó la pintura: Los Relojes Blandos de Dalí. Este cuadro se inscribe en la corriente del surrealismo que invita al espectador a ser partícipe de una reflexión en particular, donde se cuestiona al público a reflexionar sobre el tiempo. Entre los relojes chorreados reflexionamos sobre la estabilidad de las categorías “sólidas” como el espacio y el tiempo. Este pensamiento contemporáneo refleja, asimismo, la forma en como Dalí expresa una idea sobre la “existencia” de dichos elementos. En este sentido, para Gell (1998) la fórmula para analizar dicho análisis es **Artista (Dali) → [Índice P --> [Prototipo p → [destinatario]]]**. Es decir, es el artista quien ejerce total agencia sobre el índice (la pieza de arte), nosotros a la hora de observar las pinturas de Dalí podemos observar sus intenciones, sus pensamientos, etc. Es como que, desde el mismo lienzo, Dalí nos habla directamente sobre la inexistencia material del tiempo, en este sentido el índice es manipulado al modo y gusto del artista. Este cuadro es un autorretrato surrealista de Dalí donde nosotros, los espectadores, estamos afectados constantemente.

Evidentemente, estas fórmulas pueden variar dependiendo de la relación entre agencia-paciente y la dinamicidad de los elementos. Con respecto al arte urbano, es necesario reconocerlo como una acción artística que se apropia de una parte de la ciudad con el fin de ser visto por los ciudadanos. Es decir, el arte urbano tanto murales, *Street Art* o grafiti debe ser entendido y analizado como un objeto que transmite algo y, es el mismo objeto, el que expresa la agencia social. Estos mensajes políticos, sociales, personales, entre otros, no obstante, existen solo en el impacto en los otros, tanto positiva como negativamente. El mural de la comunidad Shipibo-Konibo era una expresión de la agencia de la misma población y, es esta representación o visibilidad, que molesta a otros. Esta es una hipótesis que podría explicar cómo, incluso en plena cuarentena, se borró dicho mural. En este sentido, el arte urbano es un medio visual para expresar la agencia social. Sin embargo, es el mismo objeto el que puede ser transgredido o borrado por diversos otros agentes, por esta razón, el “paciente”, en palabras de Gell (1998) también posee cierta capacidad de agencia en borrarlo, transgredir, etc. Por esta razón, el arte urbano es una forma de expresión de la agencia por diversos grupos tanto dominantes como subordinados y es aquí donde se juega por el dominio, la visibilidad y la apropiación de la ciudad.

De este modo, y siguiendo las líneas de investigación de Gell, el arte urbano dinamiza la relación entre el agente-paciente según la interacción entre el artista, el prototipo, índice y destinatario.

Artista → [Prototipo → [Mural]] →/← Destinatario
Destinatario →/← [Prototipo → [Artista → [Graffiti]]]
Destinatario →/← [[Artista → [Prototipo → [Street-Art]]]

En primer lugar, el artista es quien construye cierto prototipo al realizar un mural dado que este es preparado con anterioridad. El mural a ser una superficie sumamente grande es pensado con anterioridad con respecto al posicionamiento de las figuras,

colores, etc. Y este afecta al destinatario en la misma rigurosidad como el destinatario puede afectar en el pintándolo, borrándolo, etc. En segundo lugar, el destinatario es quien motiva el lugar, el posicionamiento del grafiti, en búsqueda de capturar su visión el artista graffitero organiza con anterioridad el prototipo de dicha pieza de arte. No obstante, este destinatario es dinámico dado que si bien motiva al graffitero a pintar en cierto lugar también puede pintar o borrar dichos trazos. Por último y en tercer lugar, es el destinatario también quien afecta pero no al prototipo sino al artista en el Street - Art, así como Basquiat dialogaba con los transeúntes desde la escritura de frases filosóficas, poéticas o satíricas en las calles de New York. Evidentemente, estos pueden cambiar según el artista o pieza de arte en particular, pero describen desde Gell la centralidad del objeto artístico como trascendencia del mismo agente.

3.4.2. Arte y género

Al Gell afirmar que los objetos artísticos tienen agencia afirma también que las creaciones son trascendencia de ellos, como una exterioridad de los y las artistas “algunos objetos funcionan como extensiones protésicas de sus usuarios, en la medida en que objetivan y transportan a la vida social la personalidad de sus creadores o usuarios” (Rampley, 2005, p. 538). Por esta razón, cuando se menciona que el arte urbano es realizado por mujeres, hablamos la inscripción simbólica de las mismas mujeres en un espacio, predominantemente, masculino, no solo en la apropiación del espacio público sino, también, dentro del mundo de las artes visuales.

Las artes visuales occidentales han sido un espacio predominantemente masculino donde los pintores, los creadores, eran hombres y las mujeres eran las musas de ellos. Por esta razón, la mujer era representada desde *la mirada masculina* donde se resaltaba la belleza, la delicadeza o la calma en las representaciones de la mujer en el arte. Para Korsmeyer (2020) mencionar el concepto de *la mirada* enfatiza la actividad de la visión, su dominio y control del objeto estético; de esta forma, se rechaza la separación del deseo del placer, restableciendo en el núcleo de la belleza el tipo de mirada erótica y codiciosa. Por lo tanto, el arte visual occidental le quito la categoría de sujeto a las mujeres, convirtiéndolas en objeto estético “esto implica que las mujeres son inestablemente sujeto y objeto estéticos al mismo tiempo” (Korsmeyer 2020, p. 18). No obstante, fue en las últimas corrientes artísticas contemporáneas como el expresionismo, el surrealismo, el abstractismo donde el ideal estético de la mujer referido a la belleza, la sumisión, la delicadeza, entre otros, pierde su relevancia por la inserción a la mujer en la pintura y la búsqueda de diversas formas de expresión que rompan con la idealización y fetichización de la representación ideal de las mujeres.

De esta forma, el arte realizado por las mujeres es una forma también de construir una nueva forma de estética, una nueva forma de representación femenina e identidad “la identidad femenina por parte de las artistas contemporáneas ha sido poner en cuestión del tradicional lenguaje artístico y sus valores” (Alario, 2000, p. 67). En las pinturas de

Frida Kahlo, se puede observar cómo se rompe por completo el canon estético, sus retratos son una forma de expresión y construcción de identidad. En el cuadro, *Las dos Fridas* la protagonista es ella, la centralidad del cuadro se basa en ella, rompiendo todo canon estético referido a la belleza, lo ideal, la delicadeza, etc. Este cuadro dialoga con los propios sentimientos de Frida Kahlo, dialoga con su propio ser y los múltiples cuestionamientos de ella sobre ella misma. Es decir, es una auto- búsqueda de la identidad que rompe con todos los arquetipos o cánones estéticos de la mujer.



Las dos Fridas cuadro de Frida Kahlo²²

Las representaciones idealizadas o fetichizadas de la mujer en el arte no son ajeno al mundo social, dado que solo refleja los rasgos tradicionales y socialmente asignado a lo femenino “A los hombres se les considera como seres agresivos, objetivos, dominantes, independientes, competitivos, lógicos, confiados en sí mismos y ambiciosos, mientras que las mujeres carecen de estos rasgos “masculinos”. Por el contrario, las mujeres se consideran como seres prudentes, amables, sensibles con los demás, puras, tranquilas” (Light, Keller & Calhoun,1991, pg. 340). Estos estereotipos tradicionales de concebir el género femenino se construyen de manera histórica donde se ha subordinado el rol de las mujeres a través de “la historia -que nos muestra que los hombres siempre han ejercido todos los poderes concretos; desde los primeros tiempos del patriarcado, han juzgado útil mantener a la mujer en un estado de dependencia; sus códigos se han establecido contra ella; y de este modo la mujer se ha constituido concretamente como lo Otro” (Beauvoir, 2009, p.139). Esta dominancia no es ajena al mundo artístico donde la representación femenina se basa bien en la sexualización del cuerpo femenino o la idealización/culto de la belleza, fetichizando y subordinando su categoría de sujeto femenino a objeto de deseo.

²² Recuperado en <https://www.culturagenial.com/es/cuadro-las-dos-fridas-de-frida-kahlo/>

Ahora bien, con respecto al arte urbano, este es un mundo predominantemente masculino, la mayoría de graffiteros, muralistas y artistas que se desenvuelven en el mundo de lo urbano son, predominantemente, hombres. Son ellos quienes, tradicionalmente, se han apropiado del espacio público, siendo las mujeres subordinadas a dicha apropiación. No obstante, las mujeres hacen uso del arte como una forma de posicionarse en un lugar/no lugar, y mediante de las diversas expresiones del arte urbano, feminizan la ciudad. Ellas rompen el mito de las mujeres como musas, y se auto-construyen como sujetos en las calles, expresando así su agencia social.

3.4.3 La feminización del espacio

Las mujeres que hacen arte urbano se apropian de las técnicas o las formas del street-art, el graffiti o el muralismo y lo “feminizan”. Esto implica, romper con la categoría de “musa” y convertirse en sujetos que intentan apropiarse de un espacio predominantemente masculino



Mira con amor por @miraconamor²³



GLAM por @limamaldita²⁴



Felina por @mujerpuma²⁵



Respondona por @azuchenadc²⁶

²³ Mira con Amor [@miraconamor] [fotografía de Instagram]

https://www.instagram.com/p/B9PVkqLBG_K/

²⁴ GLAM [@limamaldita] [fotografía de Instagram] <https://www.instagram.com/p/CBy3dw0JO6w/>

²⁵ Mujer puma [@mujerpuma] [fotografía de Instagram] <https://www.instagram.com/p/B-ux2CFpYIW/>

²⁶ Azucena La Waitala [@azuchenadc] [fotografía de Instagram]

<https://www.instagram.com/p/By3kzLtBg-l/>

Esta *feminización del espacio* implica la apropiación simbólica de un espacio, haciendo uso de la técnica del graffiti, murales o Street-Art e insertando elementos propios de las artistas. No obstante, esta feminidad no debe ser entendida como una reproducción del canon mariano o al estereotipo tradicional de lo femenino, por el contrario, es una forma individual de expresar su propia feminidad, de expresarse ellas mismas. Es decir, de inscribirse simbólicamente ellas mismas en las paredes de la ciudad.

Por lo tanto, al decir que el espacio se feminiza, desde el arte, es afirmar como se insertan ciertos elementos simbólicos al espacio público y, como en esta, visibiliza a un grupo socialmente excluido “Estas acciones marcan simbólicamente la existencia de individuos excluidos de la norma social y que afirman pertenecer a una comunidad construida sobre esta exclusión. Estamos pasando de una experiencia social de estigma, de una experiencia sufrida, a una autoproclamación individual como orgullo en sí mismo (Traducción propia)” (Ausina, 2014, p. 91). En este sentido, la representación simbólica de las mujeres en la esfera urbana es, también, una forma de visibilizarse a ellas como colectivo social, de dialogar con el estigma desde la auto-representación simbólica en las diversas corrientes de arte urbano. Para Ausina (2014) la participación femenina es percibida no solo para persona que actúa sino, además, para la persona que observa; de esta forma, alimentan entre sí en un diálogo metafísico, buscando sobre todo derrocar el “poder” de lo político al poder individual. Es decir, para “luchar” se tiene que dialogar con las estructuras del poder para ser visibles para y con los demás. Esta dinámica de poder de borrar/pintar se puede observar en las diversas intervenciones de mujeres en las calles, sus diversos grafitis, *tag*, *street art* o murales han sido tachados, intervenidos o ridiculizados por diversos colectivos, grafiteros, etc.



“No soy tu musa” tag en Lima ²⁷



“Sonríe musa” respuesta al tag en Lima²⁸

²⁷ No soy tu musa [@nosoy.tumusa] [fotografía de Instagram]
<https://www.instagram.com/p/BoAmPCXB2J4/>

²⁸ Fotografía propia

En la anterior imagen se puede observar como si bien existen diversos poderes municipales que borrarán o intervendrán dichas obras, también pueden ser intervenidos por los mismos participantes del mundo urbano. Estas respuestas en la ciudad a las expresiones artísticas de las mujeres en la ciudad son una representación de las dinámicas de poder e interacción simbólica en la ciudad.

En este sentido, pintar sobre las calles de Lima es una forma de resistir y dialogar con las propias dinámicas de poder del espacio para contrarrestar un contexto socio-cultural de dominancia masculina. Por esta razón, el arte urbano realizado con mujeres es una lucha tácita contra las dinámicas de poder propias del espacio público y de la dominación masculina que subordinan, sexualizan e invisibilizan a la mujer en la esfera pública. Esta lucha simbólica es visible en las expresiones artísticas, apropiándose no sólo del espacio sino, además, de las técnicas de cada vertiente del arte urbano. Es decir, muchas de ellas se apropian del estilo de las letras del arte urbano para expresar un sentir tanto político, social, personal, etc. Creando así una voz no solo dentro del mundo de las artes sino, además, en el mundo urbano. Esta lucha simbólica por la apropiación la conquista de un lugar/no lugar, desde el arte, es hacer uso de un espacio que, históricamente, se les ha sido negado o subordinado a las mujeres. Además, y en palabras de Gell, tiene agencia propia porque visibiliza a las mujeres, eso evidentemente causa malestar en los diversos espacios de poder, por esa razón, se vandaliza, interviene o borra.



4. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se realizó mediante la constante revisión de bibliografía. En primer lugar, se hizo un análisis a lecturas de investigación que tengan como temas principales el arte urbano y la apropiación socio-espacial publicadas en diversas revistas latinoamericanas, norteamericanas y europeas.

En segundo lugar, se identificó los temas principales de la presente investigación y sus correspondientes teóricos que hayan profundizado en dichos contenidos dentro de la sociología/antropología. En este punto, se eligió a tres teóricos en particular: Lefebvre, Bourdieu y Gell. Para empezar, los textos base para estudiar la sociología urbana fueron “Writings on Cities” y “La revolución urbana” de Henri Lefebvre. Estos textos son necesarios para analizar la ciudad, el espacio público y la apropiación simbólica desde las artes visuales por agentes sociales que hacen y consumen ciudad. Además, la apropiación se inscribe en dinámicas de poder que se relaciona con el concepto de “Campos de poder” y “Dominación masculina” del autor Pierre Bourdieu. Estos textos, fueron base fundamental para ver más allá del arte por el arte y analizar, sociológicamente, las dinámicas de poder entre el artista y su obra. Por último, es necesario entender al arte como agente social; es decir, que puede ejercer cierta acción/poder sobre el otro. Esta idea es desarrollada por Alfred Gell en su texto “Arte y agencia: una teoría antropológica”. Esta última reconoce cómo el arte posee agencia y poder de ejercer cierta acción en los otros, como una sensación de felicidad, odio, enojo, etc. Asimismo, el arte para Gell es una extensión del artista, quien le inserta ciertos elementos empíricos que provocan cierto efecto en los otros. Este efecto bien puede ser positivo o negativo; es decir, puede promover cierta acción que beneficie a la pieza artística como la veneración o el idealismo, como también puede promover su intervención. Este último punto se intersecta con las dinámicas de poder propias del espacio urbano.

En tercer lugar, se entrevistó a los y las artistas para analizar, brevemente, sobre sus trayectorias dentro del arte urbano. Fue en este punto donde aparece la diferencia de género que, con un próximo trabajo de campo, se profundizará con mayor detalle. La mayoría de mujeres artistas reconoce al arte urbano como un espacio predominantemente masculino donde, muchas veces, se han intervenido o trasgredido sus tags, murales o graffitis por otros colectivos o *crews*. Además, la misma inseguridad de la calle se intersecta con el acoso callejero que, muchas veces, les afecta y, por ello, prefieren realizar sus expresiones artísticas en conjunto con otras compañeras. Hace unos pocos años, se ha creado una red latinoamericana de mujeres y disidencias en el arte urbano llamado “GraffiTodas”, esta red la integran países como en Chile, Argentina, México y, también, Perú. Este será, además, un grupo a trabajar en un próximo trabajo de campo para profundizar en el arte urbano realizado por mujeres.

5. CONCLUSIONES

En el presente trabajo de investigación se ha podido llegar a las siguientes conclusiones con respecto a las dinámicas de poder en la apropiación simbólica del espacio público por las y los artistas que hacen arte urbano en Lima Metropolitana. Para empezar, el arte urbano es la inscripción simbólica de ciertos mensajes o temáticas en la esfera urbana que interactúa con el público, busca llamar su atención o crear vínculos de identidad. Esta inscripción simbólica debe entenderse como una apropiación del espacio donde se hace visible una expresión artística y, al mismo tiempo, la esencia de él o la artista. No obstante, la apropiación del espacio público es un proceso fracturado porque permite a unos, pero imposibilita a otros. He aquí donde se insertan las dinámicas del poder propias de *lo urbano* entendido no solo como las dinámicas e interacción en la ciudad sino, además, como un campo de poder. En este campo, hay algo que en este juego: el capital simbólico, esto no solo implica el prestigio sino, además, hacer notar los mensajes de sus intervenciones y, al mismo tiempo, ellos mismos. Por lo tanto, lo urbano como un campo de poder implica la existencia de dos contrapartes, unos que intentarán hacerse visibles mediante la pintura mientras, otros, intentarán borrar o suprimir dicha visibilidad.

En la ciudad de Lima, hay espacios que promueven la intervención artística mientras, en otros, imposibilita su realización. Esta diferenciación espacial implica, además, la existencia de espacios en la ciudad donde el arte urbano serán más aceptados que otros por las propias dinámicas del espacio (musealización, gentrificación y turificación) como en Barranco, Monumental Callao, etc. Esta diferenciación espacial dialogó, además, con las políticas municipales de cada distrito de Lima. Por esa razón, existen concentraciones de arte urbano en ciertos espacios de la ciudad. Al mismo tiempo, es necesario insertar la variable género que se impone como un elemento importante a considerar dado que, más allá de la diferenciación socio-espacial o las políticas públicas de las municipalidades sobre el arte urbano, las expresiones artísticas de las mujeres son intervenidas por los mismos colectivos (crews) o grafiteros dentro del arte urbano que cuestionan o interactúan con sus *tag*, grafiti, murales, etc.

En conclusión, las dinámicas de poder sobre borrar e intervenir el arte urbano son tres en particular: la diferenciación socio espacial que permite o promueve su realización, políticas gubernamentales e institucionales que tiene ciertas agenda su opinión sobre el arte urbano y la dominación masculina no solo en el arte urbano sino, además, en el espacio público.

6. BIBLIOGRAFÍA:

Alario, M. T. (2000). Nos miran, nos miramos (sobre género, identidad, imagen y educación). *Tabanque*, 15(2000), 59-77. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/127609.pdf>

Ausina, A. J. (2014). La performance comme force de combat dans le féminisme. *Recherches féministes*, 27(2), 81-96. Recuperado en <https://www.erudit.org/fr/revues/rf/2014-v27-n2-rf01646/1027919ar/>

Arendt, H. (1958), *The human condition*. Chicago, IL: University of Chicago Press. Trad. Cast.: La condición humana, Círculo de Lectores, 1999, Barcelona.

Blanché, U. (2015). *Street art and related terms-discussion and working definition*. *Street art & urban creativity scientific journal*, 1(1), 32-39. Recuperado en https://www.urbancreativity.org/uploads/1/0/7/2/10727553/blanche_journal2015_v1_n1.pdf

Bourdieu, P. (2016). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus. Recuperado en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5ZJUDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=la+distinci%C3%B3n+bourdieu&ots=YJLo_AergT&sig=vrSTkSpKjQSS9goVTV6wpWjrL7w

Bourdieu, P. (1999). *La miseria del mundo* (Vol. 1). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Ákal.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, España: Editorial Anagrama, S.A. Recuperado en <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>

Bourdieu, P. (2002). *Campo del poder y campo intelectual: Itinerario de un concepto*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Montessor. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2095633.pdf>

Bracco, M. G. (2019). Arte urbano, entre la mercantilización y la resistencia El caso de La Boca (Buenos Aires). *Cuadernos de antropología social*, (50). Recuperado en <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/CAS/article/view/5523>

Caldeira, T. (2010). *Espacio, segregación y arte urbano en el Brasil*. Katz editores.

Castellanos, Polo (2017). Muralismo y resistencia en el espacio urbano. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 7(1), 145-153. Recuperado en

<http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/4942/290-1529-1-PB.pdf?sequence=1>

Crespo Barreña, A. (2018). *Artistas y musas: mujeres entre la experiencia y la representación pictórica* (Doctoral dissertation). Recuperado en <https://riunet.upv.es/handle/10251/110002>

De Smith, Y. D. (2008). El sujeto: los espacios públicos y privados desde el género. *Revista estudios culturales*, (2), 113-126. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3987106>

Della Porta, D., & Keating, M. (Eds.). (2013). *Enfoques y metodologías en las Ciencias Sociales: Una perspectiva pluralista* (Vol. 343). Ediciones Akal. Recuperado en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5kNnA854W8AC&oi=fnd&pg=PA153&dq=Della+Porta+y+Keating,+&ots=xhx_bHosA&sig=xWWIS9MGnzRwi7IPdmEMY_y6yrM

El Comercio (2020, 16 de junio) San Isidro responde por borrado de mural de artistas shipibo-conibo en residencial Santa Cruz. *El Comercio*. sp. Recuperado en <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/coronavirus-peru-san-isidro-responde-por-borrado-de-mural-de-artistas-shipibo-conibo-en-residencial-santa-cruz-cuarentena-estado-de-emergencia-covid-19-nndc-noticia/>

El Comercio (2020, 2 de abril) Murales en la vía Expresa. *El Comercio*. sp. Recuperado en <https://elcomercio.pe/archivo-elcomercio/grafico/murales-en-la-via-expresa-noticia/>

Fernández Herrero, E. (2018). *Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos* (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado en <https://eprints.ucm.es/46424/1/T39585.pdf>

Figuroa, I. (2015). *Graffiti en lima: Una forma juvenil de conocer, reconocerse y darse a conocer en la ciudad*. (Tesis de maestría) Recuperado en <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/150395>

García Pardo, B.. (2018). La calle como espacio artístico de mujeres: la writer y la street artista. *Dossiers feministes*, (23), 125-141.

García Ramis, Magali (1993). No queremos a la Virgen, Río Piedras, Puerto Rico, Ed. Vega, Ana Lydia. *El tramo ancla: Ensayos puertorriqueños de hoy*, Editorial Universidad de Puerto Rico.

Gell, A. (2018). *Arte y agencia*. Ubu Editora LTDA-ME. Recuperado en: https://books.google.com.pe/books/about/Arte_y_agencia.html?id=0EFUDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=v#v=onepage&q&f=false

Giddens, A. (2006). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires, Argentina : Amorrortu. Recuperado en <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=LIBROS.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mf=009352>

González, L. C. (2016). Expresión del grafiti en el espacio urbano de Lima. *Revista de Comunicación Social*, 16(XVI), 79-90.

Hernández, L. M. (2014). Murales callejeros: comunicación, pintura y resistencia. *Trampas de la comunicación y de la cultura*, (77), 17-22.

Jake Zeeman [JakeZeeman]. (2020, Junio, 13) *Jean-Michel Basquiat: How A Street Artist Transcended Pop Art* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=JX02QQXfb_o

Korsmeyer, Carolyn, "Feminist Aesthetics", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2020 Edition), Edward N. Zalta (ed.). Recuperado en <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/feminism-aesthetics/>

Lefebvre, H (1996). *Writings on cities* (Vol. 63). Oxford: Blackwell. Recuperado en <https://chisineu.files.wordpress.com/2012/09/lefebvre-henri-writings-on-cities.pdf>

Lefevre, H. (1983). *La revolución urbana* [1970], trad. Mario Nolla. Madrid, España: Editorial Alianza.

Lezama, C. (2015, Marzo 12) Castañeda ordena borrar todos los murales del centro de Lima: Dice que ordenanza de 1994 y acuerdos con Unesco obligan a hacerlo. *Andina*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-castaneda-ordena-borrar-todos-los-murales-del-centro-lima-547082.aspx>

Light, D., Keller, S., & Calhoun, C. (1991). *Aproximaciones a la Sociología*. México: McGraw-Hill.

López, Á. (1998). El arte de la calle. *Reis*, 173-194. Recuperado en <https://www.jstor.org/stable/40184082>

Luna, S. M. (2012). La antropología, el arte y la vida de las cosas. Una aproximación desde Art and Agency de Alfred Gell. AIBR. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 7(2), 171-195.

Mierzejewska, L. (2011). Appropriation of public urban space as an effect of privatisation and globalisation. *Quaestiones geographicae*, 30(4), 39-46.

Moraga González, M., & Solorzano Navarro, H. (2005). Cultura urbana hip-hop. Movimiento contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. *Última década*, 13(23), 77-101.

Nungent, G. (2012). El laberinto de la choledad. Páginas para entender la desigualdad. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

Orive, M. G. (2013). ¿ Habitar la ciudad? Una aproximación a la experiencia de lo urbano desde la práctica artística contemporánea. *Arte y Ciudad*, (3.1), 385-402.

Ortoll, S., & Ramírez de Arellano, A. B. (2004). Diego Rivera, José María Sert, y los Rockefeller: una historia con cuatro epilogos. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 10(1), 1-21.

Parmar, P., & Bain, B. (2007). 9. Spoken Word and Hip Hop: The Power of Urban Art and Culture. *Counterpoints*, 306, 131-156.

Pérez Santos, T. (2017). Arte urbano, graffiti y activismo feminista. Un recurso para Educación Social.

Ramírez Kuri, P. (2015). Espacio público, ¿ espacio de todos? Reflexiones desde la ciudad de México. *Revista mexicana de sociología*, 77(1), 07-36.

Ramírez Rodríguez, M., Rodríguez Camelo, L. V., Celis, M. A. D. L. Á., & Roza García, H. A. (2017). Graffiti as a Communication Artifact within Cities: a State of the Art. *Encuentros*, 15(1), 77-89.

Rampley, M. (2005). Art History and Cultural Difference: Alfred's Gell Anthropology of Art. En *Art History*. Vol. 28. N° 4: 524-551.

Rodrigo, L. L. (2019). Arte y feminismo en el espacio público: de lo perdurable a lo efímero. Algunos ejemplos del siglo XXI en España. Atrio. *Revista de Historia del Arte*, 55-65.

Rodríguez, J. M. F. (2014). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. Paakat: *Revista de Tecnología y Sociedad*, (7).

RPP (2015, Marzo 3) Los murales en el Centro de Lima comenzaron a ser borrados: Los murales en el Centro de Lima pintados en la gestión anterior comenzaron a ser borrados en horas de la noche este viernes 13 de marzo. *RPP*. Recuperado en

<https://rpp.pe/lima/actualidad/los-murales-en-el-centro-de-lima-comenzaron-a-ser-borrados-noticia-777877>

Rubiano Pinilla, E. (2012). Arte urbano contradiscursivo: *Crítica urbana y praxis artística*. Bitácora Urbano Territorial, 1(20). Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/24864/31490>

Sánchez, F. R. (2012). Graffiti. ¿Arte o vandalismo?. *Pensar la publicidad*, 6, 53.

Soto Villagrán, P. (2011). La ciudad pensada, la ciudad vivida, la ciudad imaginada: Reflexiones teóricas y empíricas. La ventana. *Revista de estudios de género*, 4(34), 7-38.

Tunnacliffe, C. M. (2016). The Power of Urban Street Art in Re-naturing Urban Imaginations and Experiences. *Development Planning Unit*.

TORRES, Natalia Pérez. "Vestigios del presente: arte urbano, ruina y patrimonio en Valparaíso". Dossiê: Cidade, imagem e emoções. *RBSE Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, v. 19, n. 55, pp. 65- 82, abril de 2020 ISSN 1676-8965. Recuperado en http://www.cchla.ufpb.br/rbse/Art-4_Dossie_RBSEv19n55abril2020.pdf

Vega Centeno, P. (2017). La desigualdad invisible: el uso cotidiano de los espacios públicos en la Lima del siglo XXI. *territorios*, (36), 23-46.

Vidal i Moranta, T., & Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 2005, vol. 36, num. 3, p. 281-297. Recuperado en <https://www.raco.cat/index.php/AnuarioPsicologia/article/view/61819/81003>

Vidal Moranta, T. y Pol Urrútia, E. (2005). *La apropiación del espacio: una propuesta teórica*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Viveros Vigoya, Mara (2002). *De quebradores y cumplidores: sobre hombres, masculinidades y relaciones de género en Colombia*. Colombia: Ces, Universidad Nacional de Colombia- Fundación Ford- Profamilia

Waelder, Paul (2013) *Sociología del Arte*. Universidad Abierta de Cataluña

Zúñiga Elizalde, M. (2014). Las mujeres en los espacios públicos: entre la violencia y la búsqueda de libertad. *Región y sociedad*, 26(ESPECIAL4), 78-100.