

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

El Arte te Habla

Indira Nadia Oviedo Collahuazo

Diseño Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Diseño Comunicacional

Quito, 13 de mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

El Arte te habla

Indira Nadia Oviedo Collahuazo

Nombre del profesor, Título académico

Cristina Muñoz, MA

Quito, 13 de mayo de 2021

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Indira Nadia Oviedo Collahuazo

Código: 00203421

Cédula de identidad: 1718543166

Lugar y fecha: Quito, 13 de mayo de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

El arte urbano es una expresión de la sociedad, encapsulada en un momento que habla de circunstancias que llevan al artista a elegir un muro y plasmar esa expresión social o cultural que se vive. El arte urbano es efímero y unidireccional por su naturaleza misma; pues son las calles y muros los que recogen temporalmente la realidad de una sociedad, mientras que los espectadores al reconocer el contenido de un mural confirman esa realidad. Sin embargo, a veces este no es aceptado debido a prejuicios que se tiene sobre intervenir el espacio público. El Arte te Habla es un proyecto que busca cambiar la percepción del arte urbano, conectando artistas con espectadores.

Palabras clave: Arte Urbano, intervención, murales, memoria social, transmedia, diálogo.

ABSTRACT

Urban art is an expression of society, encapsulated in a moment that speaks of the circumstances that lead the artist to choose a wall and capture that social or cultural expression that is lived. Urban art is ephemeral and unidirectional by its own nature; since it is the streets and walls that temporarily collect the reality of a society, while the spectators confirm that reality by recognizing the content of a mural. However, sometimes this is not accepted due to prejudices about intervening in the public space. *El Arte te Habla* is a project that seeks to change the perception of urban art, connecting artists with spectators.

Keywords: urban art, intervention, murals, social memory, transmedia, dialogue

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Tabla de contenido..... | 7 |
| Índice de figuras..... | 8 |
| Introducción..... | 9 |
| Definición de términos..... | 10 |
| Reflexión teórica..... | 12 |
| Propuesta de diseño..... | 17 |
| Estado del arte..... | 22 |
| Exhibición..... | 23 |
| Conclusiones..... | 25 |
| Referencias bibliográfica..... | 26 |
| Anexo a: posters..... | 27 |
| Anexo b: stickers..... | 29 |
| Anexo c: mockups redes sociales..... | 31 |
| Anexo d: mockup página web..... | 32 |
| Anexo e: diseño de exhibición web..... | 34 |
| Anexo f: evolución de la gráfica..... | 36 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Opiniones de los habitantes de Quito sobre el Arte Urbano. | 13 |
| Figura 2. Mural de SaloMielArt..... | 14 |
| Figura 3. Mural de Con C de Caro..... | 15 |
| Figura 4. Mural de Pau..... | 16 |
| Figura 5. El Arte te habla..... | 18 |
| Figura 6. Home Page de la página web..... | 19 |
| Figura 7. Sección Las Voces donde se guardan las entrevistas con las artistas..... | 20 |
| Figura 8. Sección Galería Urbana Digital..... | 20 |
| Figura 9. Modelo de canvas para intervención en la calle..... | 21 |
| Figura 10. Stickers promocionales..... | 22 |
| Figura 11. Banner de Arte Bastardo-convocatoria 2020 | 22 |
| Figura 12. Captura de pantalla del proyecto de Google Art Project Street Art | 23 |
| Figura 13. División de páginas | 24 |

INTRODUCCIÓN

Arte Bastardo. Así fue como denominó Luis Auz a su libro donde recopila fotografías de murales de 31 artistas urbanos ecuatorianos. El nombre de esta publicación sintetiza la percepción del público ecuatoriano sobre las pintadas en muros, puertas y paredes. El Arte Bastardo es el que se exhibe en las calles en vez de galerías, el que no tiene un cartel con la información de nombre de la obra, año y autor, el que no tiene la aprobación del dueño del muro donde se expone.

El Arte Urbano es una expresión que es contenida y exhibida en el espacio público, donde el autor busca expresarse y al dejar su expresión, opinión o mensaje, genera un espacio de comunicación con el público, donde este muestra su disentimiento o consentimiento con la obra expuesta (Duque, 2011). El Arte Urbano es una forma de comunicación, y la ciudad con sus paredes y muros, son el canal o medio para que se transmitan los mensajes. El emisor es el artista y su mensaje es el que lleva su arte. El receptor son cientos de personas, que participan en este diálogo mediante las interpretaciones del mensaje en la pared. Esta forma de comunicación es única en su clase. Así lo mencionan Aladro-Vico et al. (2020):

[...] ellos rompen la estructura de la comunicación convencional, irrumpiendo en el espacio social para llamar la atención e inocular el pensamiento en sus destinatarios. Lo hacen a través de la motivacionalización, la subjetivización, la ruptura e invasión de espacios, o mediante la adaptación de medios y tiempos no artísticos a la expresión artística.] (p.12)

Sin embargo, muchos de los receptores se cierran a recibir el mensaje ya que hay interferencias de distinta naturaleza: unos piensan que lo que está plasmado en la pared no es arte, sino vandalismo. Otros lo consideran una invasión a la propiedad privada o un atentado al espacio público. Las interferencias mencionadas se dan por la manera poco convencional de expresión

del Arte Urbano, donde una vasta cantidad de mensajes, que no parecen tener una relación lógica y las interpretaciones de igual manera no siguen una única línea de pensamiento, así es como puede resultar incluso contradictorio (Vélez H., 2008).

Esta es la naturaleza misma de este arte. El artista urbano cuando termina su obra ya no es suya sino del público. Le pertenece al público al apropiarse del mural con su lectura o interpretación personal que emite para sí mismo (Vásquez Salinas, 2016). Es esta interpretación la que hace al arte urbano tan controversial, ya que cada persona se vuelve un emisor y no solo en un receptor de mensajes (Aladro-Vico et al., 2020). El público se vuelve un participante activo de la comunicación que se da en la ciudad.

Son las grandes ciudades donde el arte urbano se alberga. Al ser espacios de concentración masiva, no existe el mismo ambiente de familiaridad de una comunidad pequeña donde los habitantes tienen un sentido de pertenencia. Por ende, estos espacios son advertidos como fríos, deshumanizados, no invitan a la participación e integración del individuo (Aladro-Vico et al., 2020). Es entonces, que el arte urbano es vital para la urbe, ya que le confiere un espacio de expresión tanto para el artista como para el espectador a la vez que rehumaniza la ciudad.

Definición de términos

- Grafiti: modalidad de pintura de estilo libre realizada en espacios urbanos.
- Mural: pintura de gran tamaño que está hecha sobre la superficie de un muro o una pared
- Arte urbano: manifestaciones de expresión humana que se realiza en las calles.
- Espacios urbanos: espacio dentro de la ciudad caracterizado por agrupamientos poblacionales de alta densidad.
- Efímero: palabra que significa pasajero, de corta duración.

- Artistas: persona que practica artes como música, pintura, escultura, arquitectura, danza, poesía, en especial si se dedica a ello profesionalmente.

REFLEXIÓN TEÓRICA

El presente trabajo fue desarrollado en conjunto con Nicolás Oviedo.

Para el desarrollo de esta investigación se ideó una metodología que consiste en realizar una encuesta a los espectadores, entrevistas a artistas urbanos, muralistas. A partir de los resultados, se generaron conclusiones con las que se evaluó la problemática y ésta da cabida al proyecto. La investigación realizada tuvo como público objetivo personas que hayan vivido en la ciudad en diferentes sectores donde se encuentra arte urbano y también se interactúe con él. El contacto con habitantes de distintas partes de Quito permitió tener una idea en general de la percepción de los quiteños sobre este arte.

De acuerdo con al problema, se decidió realizar una encuesta de 15 preguntas con el objetivo de conocer las impresiones/opiniones de los quiteños sobre el arte urbano. Como segundo objetivo, se deseaba conocer en dónde se encuentra concentrado este arte en la ciudad. Por último, saber si los habitantes perciben algún tipo de mensaje de este arte. Esta encuesta tuvo diferentes tipos de preguntas: cerradas, abiertas y un componente de imágenes en donde los encuestados las evaluaban de acuerdo a sus criterios estéticos.

Los resultados que se obtuvieron fueron decisivos para la investigación. Se pensaba que arte urbano era rechazado rotundamente por los habitantes de la ciudad. Sin embargo, el 68% de las personas encuestadas creen que el arte urbano embellece la ciudad y solo el 32% cree que la vandaliza. Como lo mencionaba Aladro-Vico et al., el Arte Urbano es vital para la urbe, ya que le confiere un espacio de expresión tanto para el artista como para el espectador y re-humaniza la ciudad. Los espectadores lo asocian con la estética propia de la ciudad y es parte incluso del encanto de ésta.

Por otro lado, se destaca que el 32% de los encuestados, consideran al arte urbano como un acto vandálico. Es este porcentaje de personas el que impulsa esta investigación. Las personas dentro de esta estadística no reciben el mensaje del artista por la interferencia creada por el prejuicio o por la no diferenciación entre arte urbano y graffiti. Por otro lado, un 87% de los encuestados consideran que sí hay un intento de comunicación y expresión en las paredes marcadas con murales y solo un 13% cree que no representa nada. A la vez, no hay una separación conceptual en la mente de las personas entre graffiti y mural. Las encuestas permitieron concluir que los habitantes de Quito sí son receptores de los mensajes de los artistas urbanos.

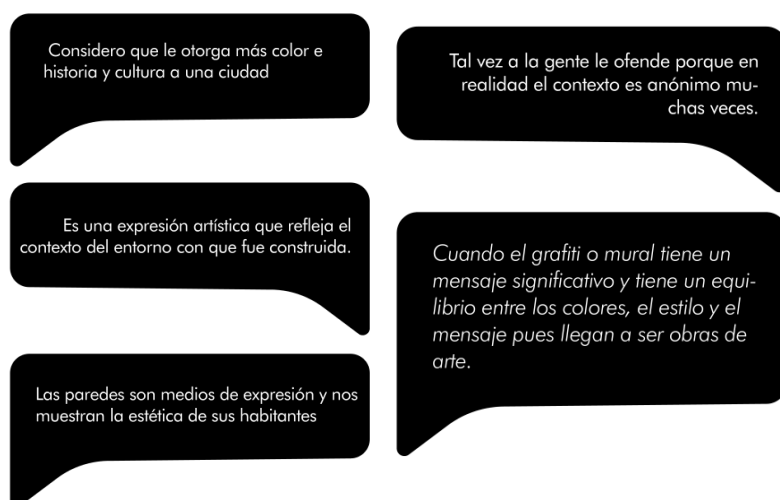


Figura 1. Opiniones de los habitantes de Quito sobre el Arte Urbano.

Después de conocer la percepción general del arte urbano por parte de los espectadores, se hizo necesario contrastar estas opiniones con la perspectiva de artistas. Se entrevistó a tres artistas urbanas muralistas: The Art of Pau, Con C de Caro y SaloMiel Art.

Salomé es muralista desde sus quince años. Cuenta que ella comenzó a pintar paredes con graffitis, luego con su aptitud artística se decidió a pintar murales. Salomé destaca que la

experiencia de hacer murales es llenadora, cuando se trabaja con una comunidad. Cuando ella pinta un muro, lo hace con la intención que deja algo para la gente.

Ella no hace arte incendiario, dice que ese es el espíritu del graffiti. Salomé hace una diferencia muy clara entre mural y graffiti. Ella busca que su arte conviva con la comunidad en donde pinta, mas no busca irrumpir su espacio.

“Si bien es cierto el muralismo y el graffiti no pueden estar al servicio del sistema, yo creo que puede estar muy bien siendo cercano a la comunidad, servir a la comunidad, la voz de la comunidad e integrarse, qué es lo más bonito.” S. Cisneros (comunicación personal, 21 de octubre, 2020)



Figura 2. *Mural de SaloMielArt*

Carolina, “Con C de Caro” es una joyera, que gracias a un libro encontró su verdadera pasión: el caligrafraffiti. Carolina al tener un estilo especial es muy solicitada en trabajos pagados. Sin embargo, ella siempre canaliza su estilo a través del interés de su cliente. Dice que un gran componente de su arte es como se siente según lo que está pasando en su vida. Ella relató: “Tengo un mural escrito que dice “Amor”, que pinté en un momento en que yo estaba pasando muy mal personalmente.” Cree que los mensajes que deja en las paredes, se les va a quedar a las personas cada vez que pasen por ahí. También se demuestra la parte comunicativa del

muralismo al decir: “Si tú tienes el poder de intervenir la calle, en este lugar donde todos ven, ¿Qué quieres decir?”



Figura 3. *Mural de Con C de Caro*

Pau es una muralista chilena que fue a Alemania con sus padres por la dictadura de Pinochet. Se involucró con los muralistas y grafiteros en Chile. Se inspira en las pequeñas flores que salen de entre el concreto, dice que eso es lo que quiere que comuniquen sus murales, que sean un punto de color y alegría en un mundo urbano agreste. El arte de Pau tiene un tinte abstracto; ella espera que la gente al ver sus murales se quede parada intentado buscar los pájaros entre las flores o entender el mural. Pau dice que pararse a ver es intentar entender que te está diciendo el mural

Al conversar a profundidad con artistas urbanos, los autores notaron que hay una falta de conocimiento del contexto de las obras. El público no recepta los mensajes del artista porque no intenta interpretarlos, ya sea porque hay prejuicios a este arte o los tienen estigmatizados. Rehúsan ver el contexto o trasfondo que tiene un mural por pensar que es vandalismo.



Figura 4. *Mural de Pau*

El público es quién interpreta la imagen y descubre los mensajes que contiene la obra. Muchas veces esta interpretación depende del tiempo en que se haya realizado el mural o el momento histórico o social que se esté atravesando. Si no se toma en cuenta estos factores, o incluso el contexto personal del artista, el arte urbano pasa a ser una mancha más en la pared.

El arte urbano tiene una fuerte carga social ya que nace de los momentos que vive una sociedad. Por lo tanto, esta es su memoria en los muros. Sin embargo, al ser un arte efímero, cuando se borra el mural, o se desgasta con el paso del tiempo, esta memoria desaparece. Las autoridades de los espacios públicos y los dueños de fachadas usualmente buscan eliminar o borrar algo que no han pedido o concedido porque dañan su fachada o la imagen de la ciudad.

El artista deja una idea plasmada en la pared, ésta -depende del caso- no tiene un autor al cual atribuir el trabajo y tampoco tiene un título que refleje la idea que lleva. Será el espectador que se oiga así mismo cuando reflexione sobre la obra intentando descubrir la intención del autor. El artista no conocerá las opiniones de sus espectadores y ellos solo podrán hacer interpretaciones de su obra. Aquí es donde nace la oportunidad de contactar a los artistas con los espectadores y completar el proceso de comunicación inacabado. Preservar este diálogo

en el tiempo, la obra del artista y la opinión del espectador. Se desea crear espacios de información para dicho arte y que la gente aprenda más de ellos, al mostrarles el contexto de los murales más allá de las imágenes, y así preservar un momento histórico y socialmente relevante para los habitantes de la ciudad.

Propuesta de diseño

El Arte te Habla es un proyecto interactivo que busca establecerse como colectivo. El objetivo es generar un puente comunicativo entre artistas y el público por medio de tres ideas principales: integración, experimentación e intervención.

- Experimentación: Respuestas frente a situaciones planteadas en tanto de manera virtual como físicas, todas alrededor de la idea del arte urbano.
- Integración: de los diferentes productos comunicacionales en una plataforma.
- Intervención: tanto en murales y espacios públicos, donde se genere la participación del espectador.

El Arte te Habla nace de la necesidad de quitar estereotipos al arte urbano. El fin del proyecto es que la gente entienda los contextos de las obras o murales con los que fueron realizados, para desaparecer el estereotipo de vandalismo sobre la pintura en las calles. También se busca que el público pase de ser espectador a un nuevo comunicador de sus realidades en la calle. Se llevará a cabo por medio de intervenciones en el espacio público, en una plataforma web donde se almacene el arte urbano y una estrategia de comunicación que conecte con el público que son los ciudadanos. En general con estas experiencias se busca que tanto artistas y espectadores experimenten una nueva forma de comunicación en la urbe.



Figura 5. *El Arte te habla*

La plataforma interactiva consiste en una página web que funciona como un repositorio de murales y con ellos, los pensamientos e impresiones de aquellos que los encuentran. Se integra las diferentes partes del proyecto, donde se invita al público que visita la plataforma a generar una galería digital de arte urbano. Se propone que se vuelvan cazadores de murales, al tomar fotografías de los murales que encuentren, las envíen a ese sitio web y este proyecto atribuirá su captura a quien los recolecte. El objetivo de esta galería es modificar la naturaleza efímera de este arte, haciendo que los murales sobrevivan digitalmente. Es también donde se almacenarán archivos de audio de las conversaciones con distintos artistas urbanos.

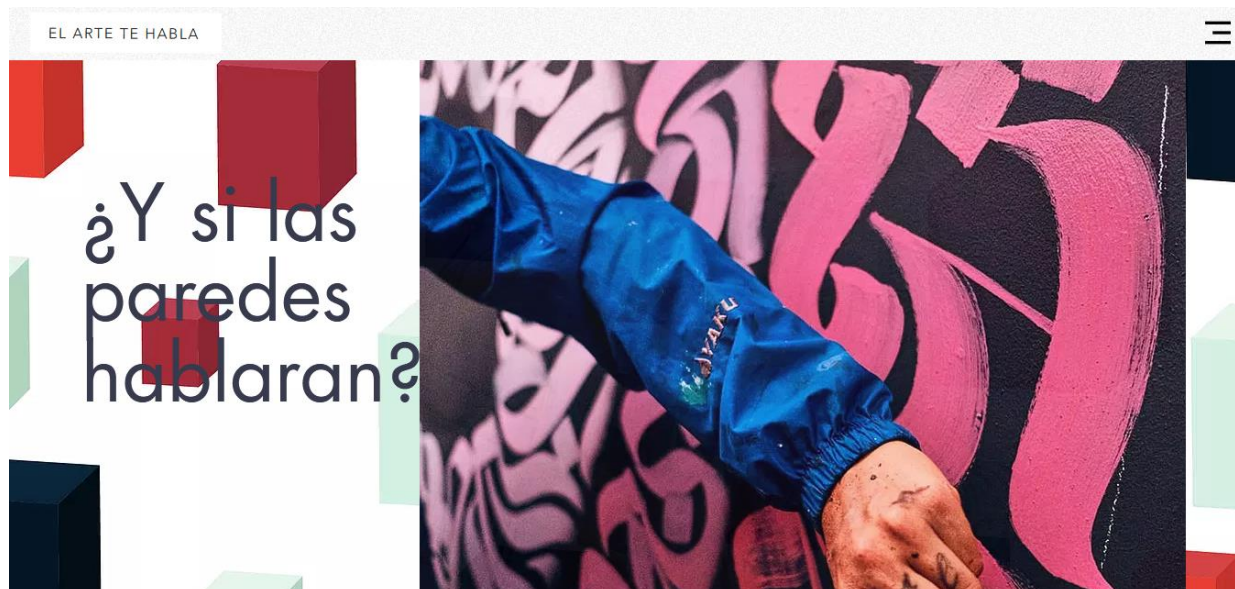


Figura 6. Home Page de la página web

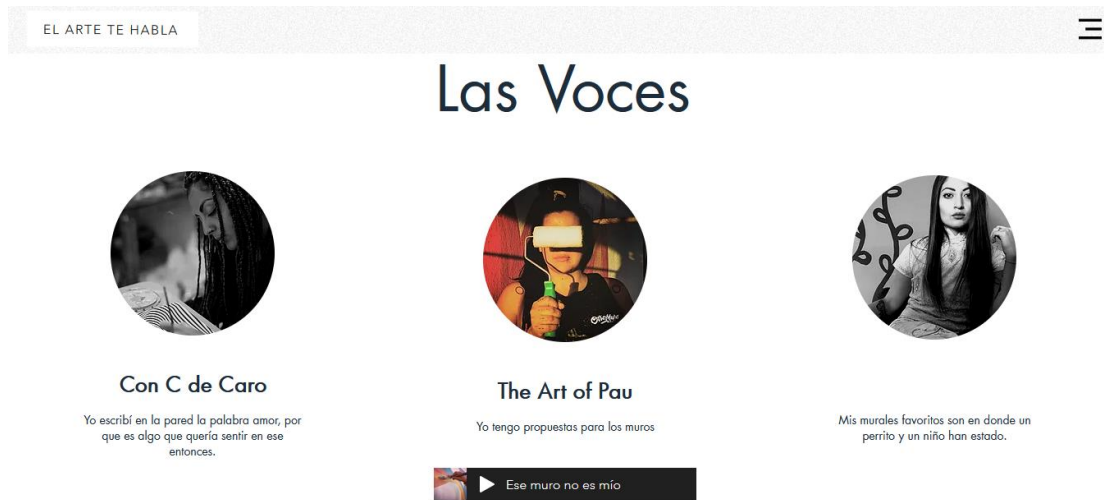


Figura 7. Sección *Las Voces* donde se guardan las entrevistas con las artistas



Figura 8. Sección *Galería Urbana Digital*

Una pieza clave para este proyecto es el Canvas Social, donde convergen los tres pilares conceptuales de El Arte te habla, al crear un diálogo experimental con lienzos, intervenir un espacio público e integrar a los espectadores en la expresión urbana para que sean participantes activos del diálogo que se da en las calles. Con lienzos, canvas, papelotes o lonas, se transformará al espectador en artista, o comunicador al comenzar otro diálogo. Estos lienzos

estarán en blanco, invitando a que los manchen, rayen, pinten, etc. Tendrán una palabra o frase en el centro, de tal manera que sirva como un eje temático. Adicionalmente, se pondrá a disposición del público, materiales como: marcadores, pinturas, etc. Esta pieza debe ser ubicada en un lugar donde haya afluencia del público, para registrar las reacciones a esta intervención.

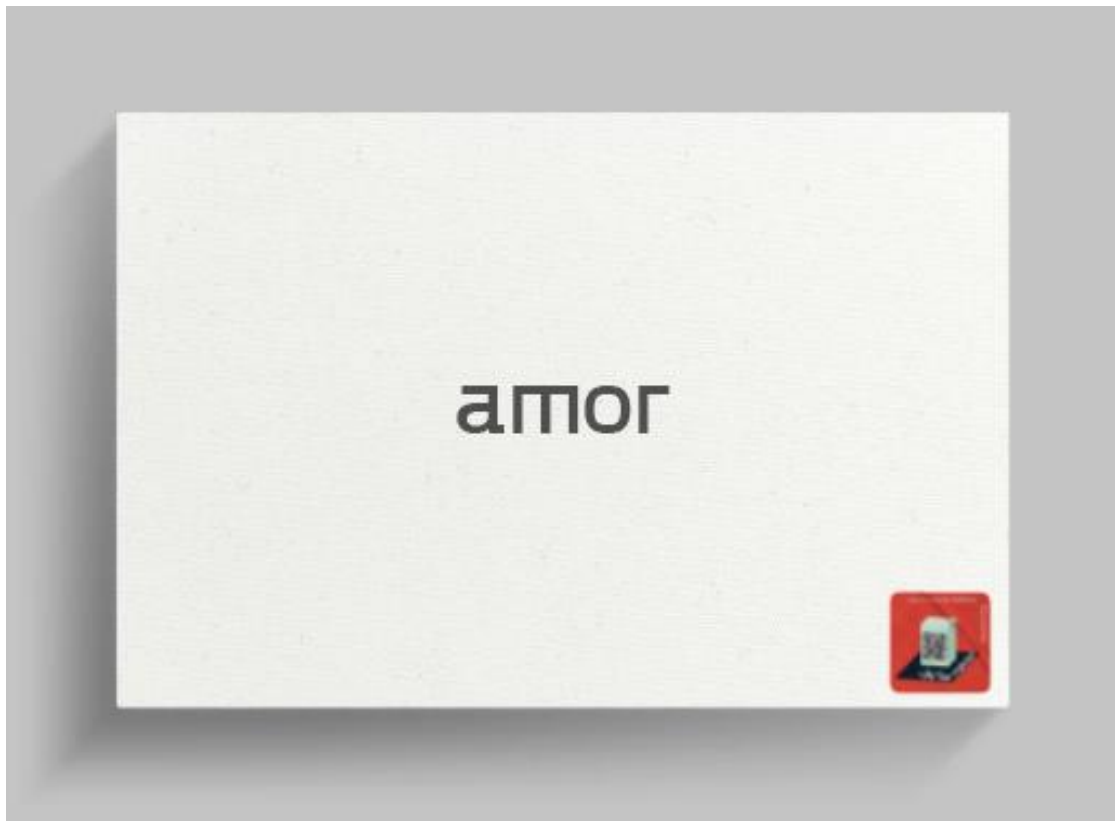


Figura 9. *Modelo de canvas para intervención en la calle*

Como segunda parte del proyecto se tiene la estrategia de comunicación, con la cual se planea que el público llegue a este proyecto. Aquí y allá es un elemento comunicativo, distribuido tanto en posters y stickers en distintas partes de la ciudad. Estos serán pegados en diversas zonas de la ciudad como postes, buses, señalética, pasamanos, en lugares públicos que tengan alcance visual. Contienen códigos QR que narran las historias tras los murales marcados. Los posters se colocan cerca de los murales que se

recolectó información, para que el espectador pueda escuchar/ver el mensaje que deseaba el artista expresar con sus obras.



Figura 10. *Stickers promocionales*

Las redes sociales en las que se tendrá presencia serán Facebook e Instagram. El fin de estas redes serán dirigir al público a la página web y a la vez interactuar con ellos.

Estado del arte

Arte Bastardo es un producto editorial que recopila fotografías de murales y los publica cada año. Las fotografías son enviadas por los espectadores. Las fotografías para ser publicadas en este libro deben ser de alta calidad, mostrar la ubicación y el autor, cuestiones algo difíciles de lograr para un espectador de paso.



Figura 11. *Banner de Arte Bastardo-convocatoria 2020*

Google Street Art es un sitio web de Google, que recoge mundialmente los murales y las historias/opiniones de los artistas. Este proyecto tiene un contador de murales por país (Ecuador

no tiene ningún mural registrado en este mapa) y también piezas de arte digital que le dan vida a los murales.



Figura 12. Captura de pantalla del proyecto de Google Art Project Street Art

Exhibición

Esta época pandémica ha impedido mostrar este proyecto como se hubiese querido, con una instalación en la exposición junto con los demás proyectos. Sin embargo, se encontraron características favorables en la exhibición digital que permiten hacer más dinámico el contenido del proyecto. La narrativa de este busca apearse a la interacción en las calles y muros donde se encuentra el arte urbano; tridimensional, expansivo, donde cada superficie tiene el potencial de albergar una historia, mensaje, imagen o reflexión. Se busca narrar el proyecto como lo plantea Ellen Lupton (2019), “Una ruta, una historia. En ocasiones, los comisarios y los diseñadores pueden crear una experiencia unificada diseñando una ruta sencilla y sin ambigüedades [...]”(pág. 31). En ese sentido se creó un viaje expositivo, que tiene una única ruta planteada en números desde 1 a 4, que son las divisiones colocadas para explicar de mejor manera el proyecto. Sin embargo, al ser la exposición dentro de una plataforma web, es el usuario quién dispone como moverse por el sitio web.

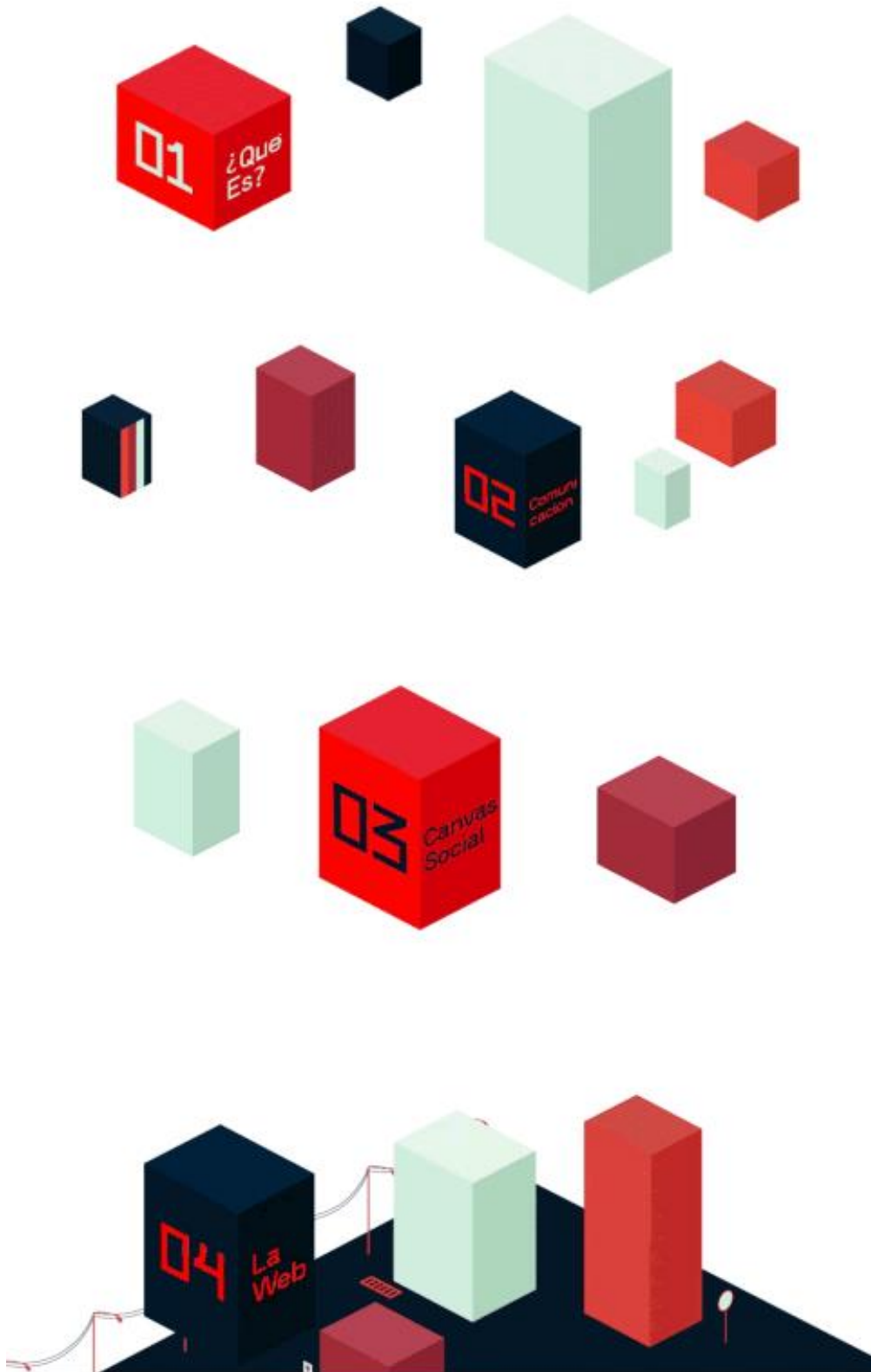


Figura 13. *División de páginas*

CONCLUSIONES

La creación del proyecto El Arte Te Habla trajo consigo muchas oportunidades y beneficios para generar una comunicación exitosa con los murales y los autores de los mismos. La implementación general de las ideas tanto de la estrategia de comunicación como de los productos y pagina web demostraron que el interés y propósito del proyecto es factible, pues mucha gente conoce acerca del arte urbano, pero no conocen por qué existe o qué quiere comunicar. Sin embargo, las personas tienen esa curiosidad por saber que quieren decir los murales y también por sentirse parte de ellos; por ende, la construcción de un canal para comunicar mensajes y sentimientos escondidos es una oportunidad muy grande que tiene muchas vertientes de donde aprender y desarrollar caminos. De igual manera se observó que si bien es necesario implementar un medio comunicativo es muy importante encontrar pilares que conecten todos los elementos dentro de una experiencia, para que todo tenga concordancia y exista la unidad en el proyecto.

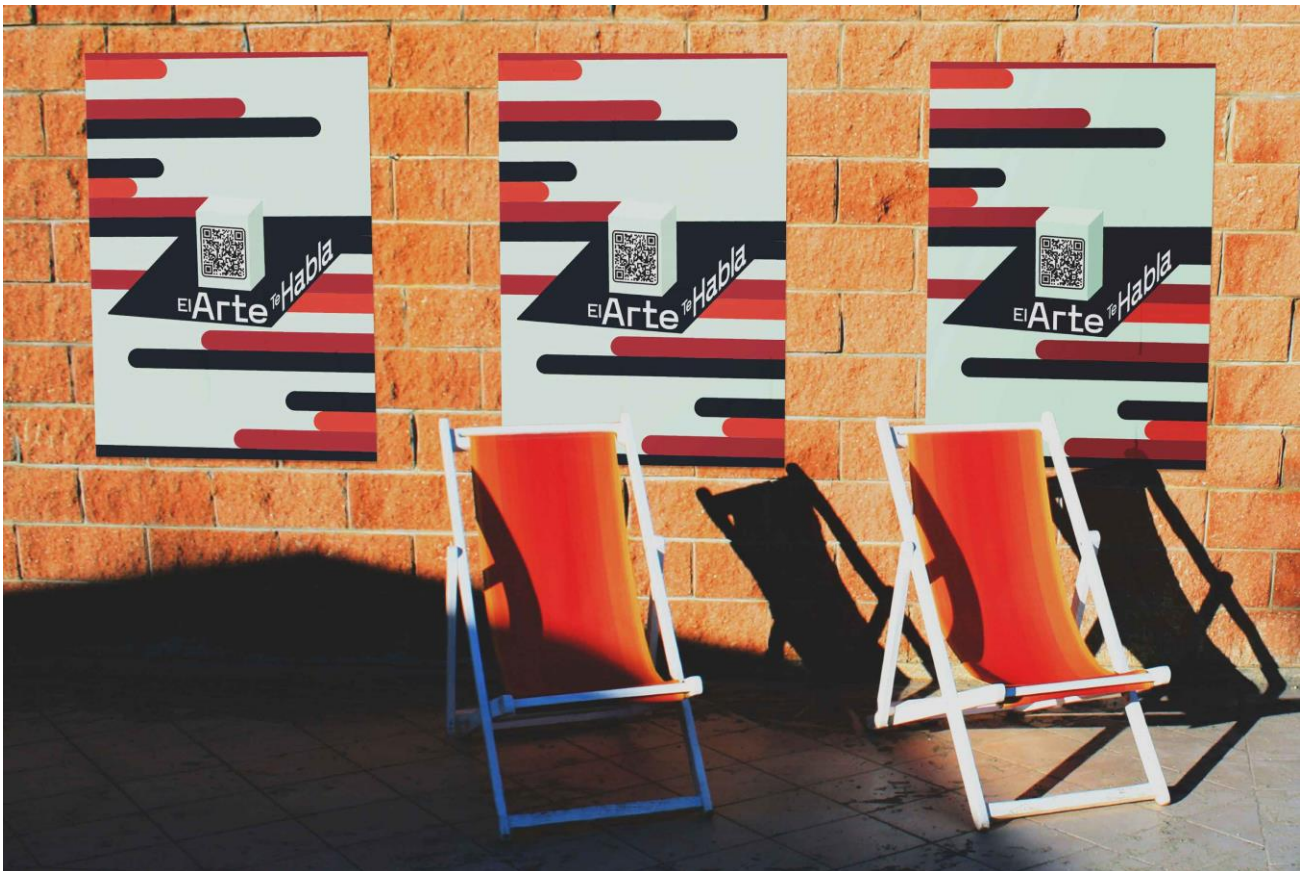
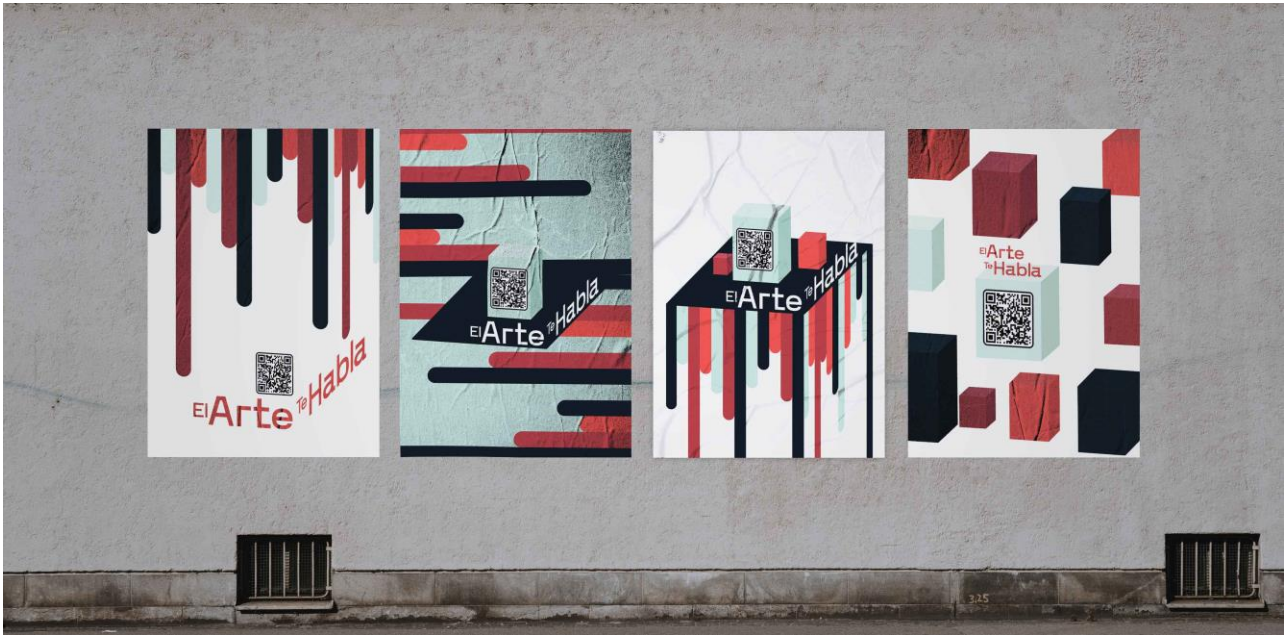
A comienzos del proyecto la construcción de los elementos que conformarían toda la experiencia de El Arte Te Habla carecían de un sentido que los conecte en un hilo conductor, estaban muy poco definidos, a futuro este hilo se vería corregido con las conexiones pertinentes para cada elemento del proyecto presentando una línea gráfica con orden, sentido y claridad.

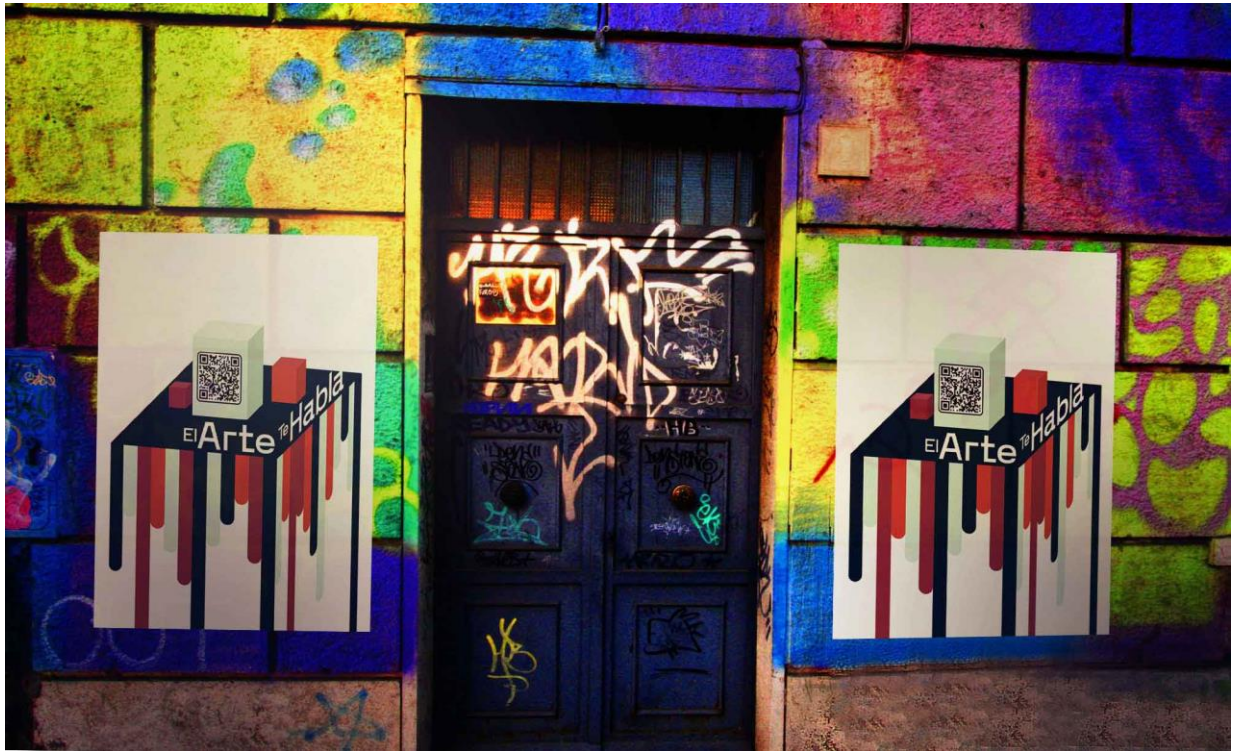
Se abandonó la primera línea gráfica que era monocromática porque no le aportaba personalidad ni distinción al proyecto. Así, cuando se estaba proponiendo la forma de exhibir los productos creados, se decidió volver a las bases mismas del proyecto, que son: los recorridos en la calle. Esta planeación permitió crear piensas interesantes que reflejaban de mejor manera el proyecto hacia el público.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

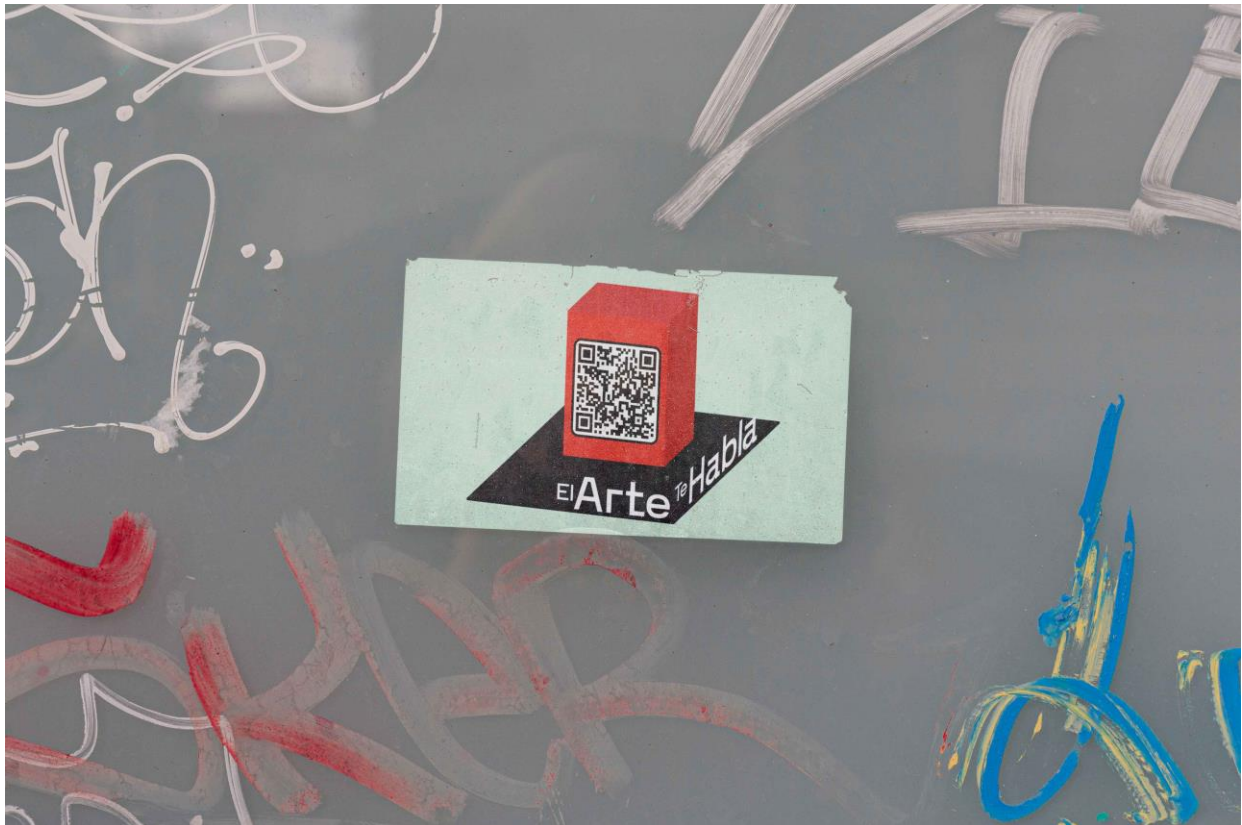
- Aladro-Vico, E., Jivkova-Semova, D., & Bailey, O. (2018). Artivismo: Un nuevo lenguaje educativo para la acción social transformadora. *Comunicar*, 26(57), 9+. <https://link.gale.com/apps/doc/A560413618/GPS?u=usfq&sid=GPS&xid=cf171443>
- Duque, F. (2011). Arte urbano y espacio público. *Res publica*, 88.
- Lupton, E. (2019). Viaje Expositivo. En E. Lupton, *El diseño como storytelling* (pág. 31). Barcelona: Gustavo Gili.
- Vásquez Salinas, A. (2016). Aproximaciones al arte público. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 11(2), 15+. <https://link.gale.com/apps/doc/A493275324/GPS?u=usfq&sid=GPS&xid=ff8eb557>
- Vélez H., M. L. (2008). Narrativas visuales y poéticas de ciudad. *Kepes*, 107+. <https://link.gale.com/apps/doc/A258132139/GPS?u=usfq&sid=GPS&xid=dd6698f0>

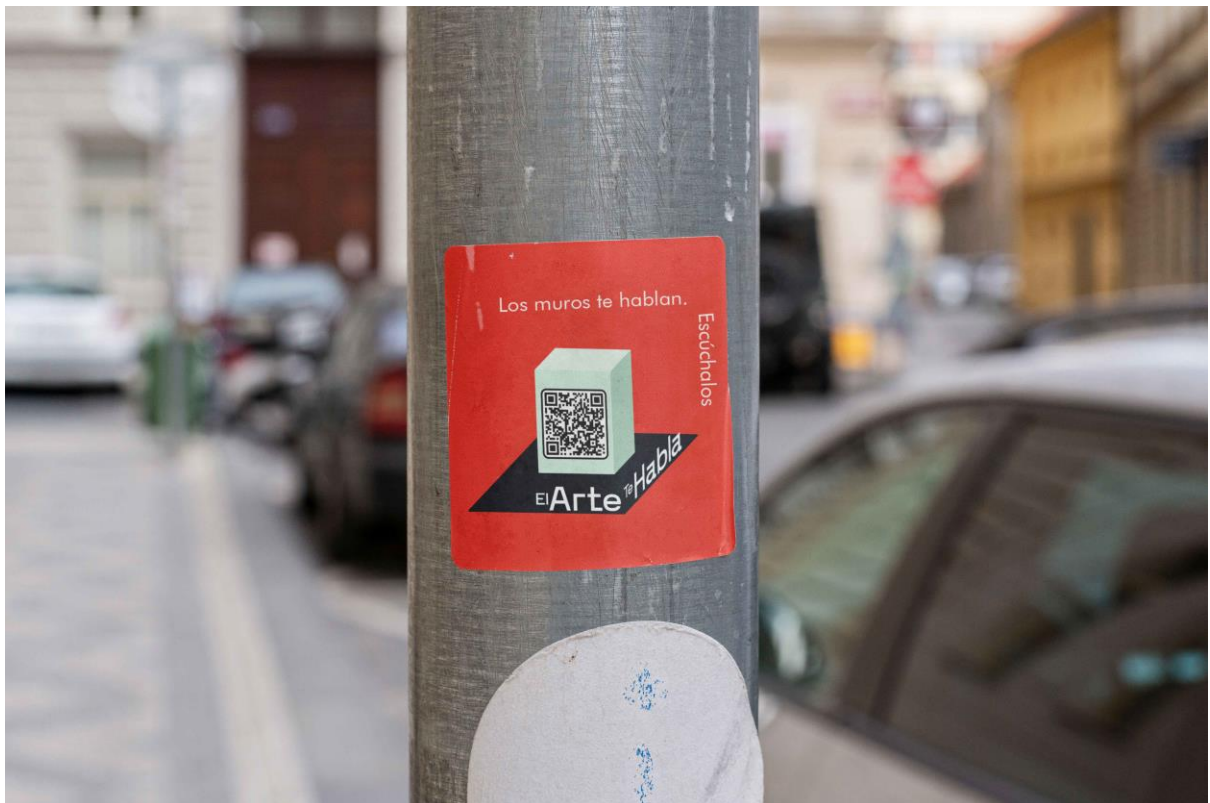
ANEXO A: POSTERS





ANEXO B: STICKERS





ANEXO C: MOCKUPS REDES SOCIALES

La Red Social

También tendremos una cuenta en Instagram para comunicarnos con nuestros seguidores y atraer a los amantes del arte urbano.

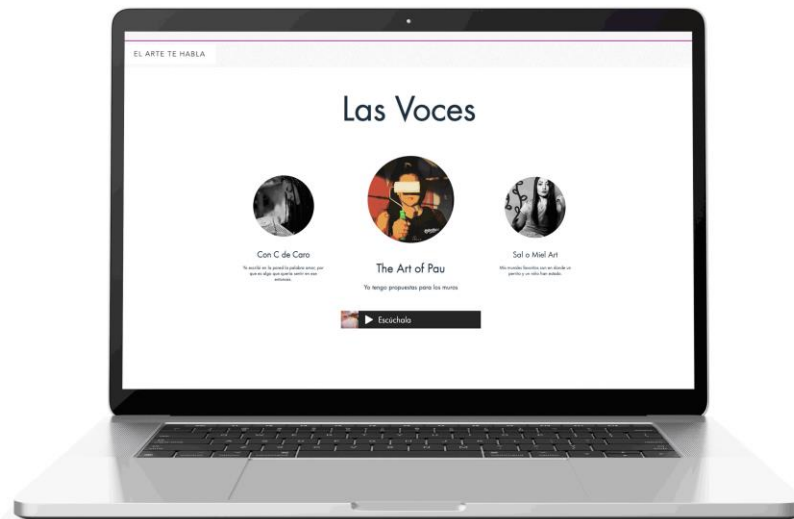
Aquí postharemos:



Historias & Filtros



ANEXO D: MOCKUP PÁGINA WEB





ANEXO E: DISEÑO DE EXHIBICIÓN WEB



El proyecto está disponible en <https://www.exhibiciondediseno.net/el-arte-te-habla>

