

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)



Daniela Cárdenas Huerta

Pontificia Universidad Católica del Perú

daniela.cardenash@pucp.edu.pe

Estudiante de Sociología de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), orientada a los estudios cualitativos basados en arte y género desde un enfoque intercultural e interseccional. En los últimos años, ha centrado su investigación en temas urbanos como la construcción de imaginarios sociales y la apropiación simbólica del espacio público. Ha formado parte de la comisión editorial de la revista de estudiantes de Sociología de la PUCP, *La Colmena*. Actualmente, se encuentra desarrollando su tesis de bachillerato sobre la presencia femenina en el arte urbano.

Resumen

El presente trabajo busca analizar el impacto en la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19. El arte urbano es un campo artístico que alberga al muralismo, grafiti y *Street Art*. Estas dos últimas expresiones poseen un quehacer ilegal propio de la práctica artística que sobrelleva cierto estigma social y persecución; sin embargo, en tiempos de confinamiento, se acentuaron los riesgos por la hipervigilancia policial y social. Asimismo, trasladarse de las calles a un espacio virtual implica adentrarse a una plataforma con propias reglas y algoritmos que clasifican los gustos de cada usuario en un consumo personalizado.

I. Presentación de la problemática

A inicios del 2020, la enfermedad del covid-19 se hacía notar en la provincia de Wuhan, China, como una influenza de bajo impacto; sin embargo, y con el pasar de los días, trajo diversas señales de alerta ante la rapidez de su contagio y expansión. Por este motivo, el 11 de marzo del 2020, tras una evaluación científica, la OMS cataloga al covid-19 como una pandemia y, para evitar su propagación, propone como principal medida de prevención el aislamiento social y la cuarentena obligatoria. Esta medida fue replicada en diversos lugares del mundo siendo uno de ellos el Perú. Por este motivo, el 15 de marzo del 2020, el expresidente de la república, Martín Vizcarra, anunció el Estado de Emergencia y aislamiento social obligatorio en todo el país.

Ante esto, y siguiendo dichas medidas, diversos establecimientos tuvieron que cerrar sus puertas, entre ellos múltiples instituciones o espacios culturales. Y si bien muchos migraron a una alternativa *online*, es necesario analizar el efecto en el consumo cultural y la capacidad de los/as artistas para trasladarse a nuevos espacios virtuales. Según Vázquez, D. & Muñoz, A. (2020), el confinamiento ha traído efectos positivos al consumo cultural dado que han proliferado las opciones de ocio en el mundo virtual. Por ejemplo, diversos espacios culturales en España como el Museo del Prado y el Teatro Real han abierto el acceso virtual para todos los ciudadanos, realizando recorridos o charlas virtuales. Sin embargo, cabe mencionar que dicha virtualización no se ha dado de manera homogénea en diversos países.

En el Perú se hizo una investigación sobre la situación del sector cultural, por parte del Ministerio de Cultura (2020), encuestando a un total de 10 452 trabajadores del arte y la cultura. Los resultados reflejaron que el 89% de dichas personas realizaban actividades culturales como fuente principal de ingreso económico; de las cuales, el 90% no lograba pagar o mantener sus gastos fijos sin dichos ingresos en actividades culturales. Asimismo, solo el 53% de los encuestados respondió que sí podría ser posible la virtualización de los servicios o productos de su empresa, organización, emprendimiento o institución cultural. Por lo tanto, se puede afirmar que solo un poco más de la mitad de los/as trabajadores del arte han podido trasladarse a la virtualización.

El presente trabajo, entonces, busca analizar el impacto del covid-19 en un caso específico: los/as artistas urbanos/as. Este es un caso sumamente particular dado que el trabajo

artístico que ellos/as realizan implica usar el espacio público, uno de los principales ejes que las medidas estatales trataron de evitar o restringir. Por tal motivo, este artículo propone responder la siguiente pregunta: ¿cuál es el impacto del covid-19 en el arte urbano en Lima Metropolitana durante el periodo de confinamiento (marzo a agosto del 2020)?

II. ¿Qué es arte urbano?

El arte urbano corresponde a una expresión artística contemporánea que se ubica en las paredes, pistas y demás calles de la ciudad. En un principio se configuró como una forma de consumo artístico alternativa a la dinámica del museo. No obstante, en la actualidad, el arte urbano va más allá de darle color a la ciudad, dado que es un tipo de expresión artística cuya «esencia está en la interrelación que se genera con la gente y el entorno» (Fernández, 2018, p. 44). Por lo tanto, el arte urbano se define como una expresión artística que relaciona al individuo y *lo urbano*.

Para empezar, se debe definir el concepto de «urbano» como las dinámicas propias de un espacio organizado que conglomeran a un grupo heterogéneo de personas; es decir, dinámicas propias que se desarrollan en una ciudad. Se describe como «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). De una forma, si bien metafórica, Lefebvre define lo urbano como el conjunto de prácticas y dinámicas sociales en un espacio determinado por constante interacción social.

Entonces, el arte urbano hace referencia a toda expresión artística que dinamiza con la esfera urbana e inscribe ciertos elementos simbólicos a un espacio en particular. A través del arte urbano se crean, transforman, reformulan o varían los significados de cada espacio mediante la apropiación simbólica de paredes, pistas, postes y demás superficies del espacio público. Estas superficies expresan y reflejan un sentir tanto identitario como colectivo, personal, político, social, etc.

Sin embargo, es necesario reconocer que el arte urbano, al ser una corriente artística contemporánea, posee diversas variantes, expresiones, técnicas, formas, dinámicas, etc. Por tal motivo, el presente trabajo aborda tres principales manifestaciones dentro de la rama del arte urbano: murales, grafiti y *Street Art*. Cabe mencionar que se hará énfasis en el *paste-up*, una de las variantes dentro del *Street Art* que posee gran popularidad en Lima.

a) Murales

Los murales son pinturas de gran formato (Blanché, 2015); se encuentran en diversas paredes de Lima. Estas suelen tener un sentido figurativo y transmitir un mensaje de identidad o representatividad de un grupo social en particular. Es preciso señalar que el muralismo tiene una

larga trayectoria que abarca, incluso, antiguas civilizaciones. Sin embargo, al mencionar al muralismo dentro del arte urbano, nos referimos al muralismo contemporáneo que se inserta en las ciudades y dialoga con sus espacios, los transeúntes, los barrios, el sentir colectivo, etc.

La corriente llamada muralismo contemporáneo se «comenzó a generar desde los años setenta (con) 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). De esta forma, el muralismo contemporáneo suele relacionarse con dinámicas sociales propias del entorno, el sentir colectivo e incluso abarcar temáticas sociales, históricas o sucesos pertinentes.



Mural realizado por Ari Camborda (@leariione) con la temática principal del covid-19, ubicado en el distrito de Jesús María¹.

b) Grafiti

El grafiti es una expresión artística que tiende a lo abstracto dado que busca romper con lo tradicional y lo normativo. Según Blanché (2015) el grafiti es una forma de *style writing* que juega con la tipografía y el sentido de las palabras. Usualmente, el trazo es corto, con un máximo de 4 o 5 letras, que suelen ser el seudónimo del/de la artista.

¹ Ari Camborda (@leariione). (2020, 15 de setiembre). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CFLxenkhexQ/>

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)



Grafiti *bombing* por Glam (@limamaldita) y Bram (@laultimacena_) en Lima, Perú².

Esta expresión artística busca intervenir y apropiarse de los espacios en diversas ciudades desde las firmas en las calles, principalmente, mediante el uso de latas o spray. Nace en New York a finales de los años 70's y, con el pasar del tiempo, se extiende a todo el mundo.



Grafiti por Aparte (@aparte91) en Lima, Perú³.

El grafiti puede realizarse de forma personal o colectiva, siendo esta última más conocida como *crews*, que son grupos juveniles donde los chicos/as se reúnen con la intención de pintar y hacerse visibles en las paredes de la ciudad.

² GLAM [@limamaldita]. (2020, 16 de diciembre). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CI4Lyt7Bs6P/>

³ APARTE [@aparte911]. (2020, 16 de marzo). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/B9z5pmYpHAg/>

c) *Street Art*

El *Street Art* es una corriente más contemporánea. Nace con fuerza a finales de los años 90's y ha adquirido fama mundial por el reconocimiento de grandes artistas como Banksy, COMBO, Frank Shepard Fairey (OBEY), entre otros. Este movimiento artístico se aleja del grafiti dado que, más allá de las letras o la escritura, explora con diversas técnicas como el estencil, el *paste-up*, etc. El objetivo, además de firmar la ciudad o pintar grandes murales, es la interacción directa entre el objeto y su obra, pues mediante este se dialoga con el transeúnte.



Paste-up por Big Rex (@big.rex1) en Lima, Perú⁴.

El *Street Art* se caracteriza por la gran variedad de materiales, técnicas y demás realizaciones que buscan captar la atención del transeúnte e interactuar con él desde el propio mensaje del objeto. En el Perú, el estencil es una técnica bastante vinculada con el trabajo y activismo político o la publicidad. Sin embargo, el movimiento del *paste-up*, corriente propia del *Street Art* que implica pegar ilustraciones en las paredes, paraderos, etc., cada día adquiere mayor popularidad y visibilidad en Lima.

III. Entre lo legítimo y lo ilegítimo

El arte urbano, en sus diversas manifestaciones, suele moverse entre lo legítimo y lo ilegítimo dado que su misma realización implica el trabajo ilegal o *vandal*⁵. El muralismo, al darse en una superficie amplia y de gran formato, se realiza generalmente con previa coordinación; sin embargo, el grafiti y el *Street Art* suelen ser trabajo *vandal* o sin previa coordinación. Y para que

⁴ BIG-REX [@big.rex1]. (2020, 8 de octubre). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de https://www.instagram.com/p/CGF_4gzh7v7/

⁵ El grafiti *vandal* hace referencia al trabajo sin coordinación, donde el/la grafitero/a pinta en una superficie sin permiso adquirido previamente. El grafiti puede ser coordinado con anterioridad, pidiendo un muro o permiso a los propietarios, pero generalmente es realizado sin coordinación, de manera ilegal o *vandal* como se diría en inglés.

este trabajo ilegal sea más seguro para los/as artistas, acostumbran realizarlo en altas horas de la noche o en lugares con poca presencia policial. Para Mario Moraga & Héctor Solórzano (2005) el grafiti es una expresión *contracultural* y *contrahegemónica*. Esto implica que el arte urbano — y en particular el grafiti y el *Street Art*— marca su distancia con la cultura dominante y crea/expresa nuevas formas y espacios de realización o *performance* artística, propias de la corriente contracultural.

El concepto clásico de cultura/contracultura dialoga con los conceptos gramscianos de hegemónico/contrahegemónico. Para Gramsci, el concepto de hegemonía parte del supuesto de que «las estructuras y superestructuras forman un bloque histórico. Es decir, el conjunto complejo, contradictorio y discordante de las estructuras es el reflejo del conjunto de las relaciones sociales de producción» (2013, p. 202). Sin embargo, para afirmar dicha teoría se debe reconocer la existencia de una estructura hegemónica que restringe e imposibilita el desarrollo de diversas expresiones artísticas. Pero, tal como se ha visto en los últimos años, el arte urbano ha llegado a diversos espacios «hegemónicos» no solo en el Perú sino también en el mundo. Esto se debe, lejos de un análisis de estructura/superestructura, al diálogo y las negociaciones que realizan ambos espacios para que uno logre apropiarse o ser parte del otro. Por ese motivo, más allá de afirmar que el grafiti es una expresión contracultural, es una expresión de la cultura hip-hop que ha sabido insertarse y dialogar con otras expresiones artísticas. Entonces, no se hará un análisis bajo el concepto clásico de cultural/contracultural o hegemónico/contrahegemónico, sino que se analizará cómo el arte urbano se integra en el campo artístico y cómo los capitales entran en disputa.

Para Bourdieu, la idea del *arte por el arte* es errada 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 encuentran afectadas por el sistema de las relaciones sociales» (2002, p. 3). De esta forma, los y las artistas ingresan 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» (2002, p. 120). Es decir, un campo es un lugar donde *algo* está en juego, este *algo* es deseable para los participantes e intentan, por 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.

El concepto de capital simbólico dialoga con los diversos capitales del campo en cuestión; sin embargo, es necesario partir de la definición del concepto. Bourdieu (2016) define al capital como un conjunto de recursos escasos y valiosos desigualmente distribuidos, capaz de producir efectos en los campos, permitiendo así el poder y la dominación. El autor reconoce la existencia de cuatro capitales: capital económico, capital social, capital cultural y capital simbólico. El capital económico es el medio para ejercer poder sobre recursos, bienes y servicios por medio de un intercambio, y es 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 cultural implica los activos sociales de una persona, que pueden 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, por último, el capital simbólico implica la notoriedad o el prestigio (Bourdieu, 2016). Estos capitales se involucran con los sujetos y entran en disputa con otros por la capacidad de nominar lo que es o no es arte.

El concepto teórico de Bourdieu se ajusta al arte urbano dado que muchos artistas han sabido insertarse en diversos espacios y, por ende, ganar mayor reconocimiento o, en palabras de Bourdieu, mayor capital simbólico. Para empezar, el muralismo es una corriente artística de amplia trayectoria y renombre que ganó mayor visibilidad y reconocimiento, principalmente en Latinoamérica, gracias a grandes pintores como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente. Por este motivo, el muralismo es una de las expresiones artísticas dentro del arte urbano con mayor prestigio y apoyo en su realización. Esto implica, siguiendo a Bourdieu, que ha podido negociar los capitales sociales, económicos, culturales y simbólicos para posicionarse como una expresión artística mundialmente reconocida. En segundo lugar, el grafiti aún se mantiene como una expresión artística *vandal* o «ilegítima» a pesar de haberse ganado cierta legitimidad en varios espacios institucionales. Por ejemplo, ha sido aceptado por renombrados museos como el MoMA o el Musée du Graffiti en París; sin embargo, aún mantiene cierto debate y aceptación en diversos espacios sociales. Por último, con respecto al *Street Art*, es necesario mencionar el impacto de Banksy en el reconocimiento de este movimiento artístico, dado que, a partir de la característica de sus piezas, él ha sabido posicionarse y ganar espacios con cierto prestigio sin perder la propia esencia disruptiva/*vandal* del *Street Art*. Por ejemplo, en 2018, una pieza de Banksy fue puesta en venta en la prestigiosa casa de subastas *Sotheby's* pero, al ser vendida por una suma mayor del millón de dólares, esta pieza se autodestruyó frente al asombro del público en general.

Por lo tanto, si bien diversas corrientes del arte urbano han ganado cierto lugar dentro del campo artístico, esto no implica que todas las corrientes (muralismo, grafiti y *Street Art*) lo hayan hecho de la misma manera. Es decir, aún existe cierta desigualdad, dentro de la realización artística, si comparamos el grafiti con el muralismo y el mismo *Street Art*. Y, lo más importante, es observar cómo estas desigualdades se han acentuado con la pandemia del covid-19 en un escenario latinoamericano y, en particular, en Lima.

IV. Principales resultados

A continuación, se expondrán los principales resultados obtenidos de un trabajo cualitativo, basado en un estudio virtual etnográfico de las paredes de la ciudad y redes sociales como, además, el análisis a testimonios y entrevistas personales a artistas residentes en Lima con experiencia y conocimiento en el rubro.

ARTISTA	EXPRESIÓN ARTÍSTICA
MiaGore (@xmiagorex)	<i>Street Art</i>
Glam (@limamaldita)	Artista del grafiti
Mathieu L'Hôte (@mlhote91)	Artista visual y grafiti

Aparte (@aparte911)	Artista del grafiti
Big Rex (@big.rex1)	Artista del <i>paste-up</i>
Morado (@dapurplegirl)	Artista del grafiti/muralismo/ <i>paste-up</i>
Ari Camborda (@leariione)	Artista del grafiti/muralismo

a) La cuarentena y los nuevos desafíos para los/as artistas urbanos/as

A partir de lo explicado anteriormente, se puede observar cómo el diálogo entre capitales y el ganar espacios significativos dentro del campo artístico influye no solo en el posicionamiento de la corriente artística sino, además, en el apoyo para el desarrollo de este trabajo. Y esto varía según la expresión artística de arte urbano.

Por un lado, con respecto al muralismo, usualmente se suelen realizar diversos festivales o encuentros murales; sin embargo, muchos de ellos se cancelaron por las medidas ante el covid-19. De todas maneras, el muralismo se mantuvo aún a pesar de la pandemia, pues al ser un trabajo coordinado con anterioridad con el dueño de la propiedad o el municipio, los y las artistas han tenido mayor oportunidad de realizarlo con el apoyo de una entidad internacional, apoyo barrial e incluso la autogestión, para darle color a la ciudad en un periodo de crisis como el actual.

En la primera imagen (i), se puede observar el mural realizado por los muralistas limeños Pésimo y Conrad; este trabajo titulado «El abrazo» se encuentra ubicado en el Centro Comercial El Polo y fue realizado con el apoyo de Lima Mural Project. En la segunda imagen (ii), observamos el mural de Daniel Manrique y Carla Magán plasmado en el Cerro San Cristóbal. El objetivo de dicho trabajo es dejar una representación visual de las víctimas del covid-19: «“No son números, son personas que han muerto en este espacio donde todos convivimos”, añadió el artista, brocha en mano mientras perfila las facciones de Eustacia Julca, una mujer de 72 años y de bajos recursos a la que la covid-19 se la llevó de manera cruel solo un día después de hacer lo mismo con su sobrina» (EFE, 2020). Por último (iii), la artista Morado realizó en el mes de agosto un mural en San Martín de Porres con el fin de llevar un poco de su arte a la ciudad. Sobre su experiencia, me comentó que le fue grata y que muchos de los vecinos felicitaron su accionar: «A la zona que fui, en San Martín de Porres, por la avenida Perú, vi un panorama distinto, era otra educación. A pesar de los espacios públicos que tienen y que la municipalidad no invierte en lo absoluto, veo que los vecinos están contentos que los artistas vayan y dejen un poco de su arte, de sus colores» (testimonio de la artista).

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)



(i) «El abrazo» por Conrad y Pésimo⁶



(ii) Muralistas Daniel Manrique y Carla Magán⁷



(iii) Mural realizado por Morado (@dapurplegirl) en San Martín de Porres⁸

Por otro lado, dicha aceptación no es la misma ante la realización del grafiti o el *Street Art*. A través de los diversos testimonios recogidos de artistas que han realizado intervenciones de grafiti entre los meses de marzo y agosto del 2020, por las calles de Lima, se pudo reconocer el alto riesgo no solo de salud sino, además, de presencia policial en las calles que impide el libre ejercicio de dicha expresión artística, y que en estos últimos meses ha aumentado de manera significativa. Esto ha provocado que los espacios públicos se encuentren sobrevigilados, acentuando la inseguridad de los y las artistas que realizan grafitis: «De hecho creo que hay una hipervigilancia, y de hecho hay por parte de la policía o la autoridad y también de los vecinos, porque he querido pintar, he querido, estaba con la lata en la mano viendo la pared para ver cómo

⁶ PESIMO [@pesimo93]. (2020, 8 de agosto). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CDpTR8rsJWh/>

⁷ EFE. (2020). «Murales contra el olvido le ponen cara a la muerte durante cuarentena en Perú» [Figura]. Recuperado en <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/murales-contra-el-olvido-le-ponen-cara-a-la-muerte-durante-cuarentena-en-peru/20000013-4292998#>

⁸ MORADO [@dapurplegirl]. (2020, 15 de agosto). [Fotografía de Instagram]. Obtenido de <https://www.instagram.com/p/CD7bjDgBil-/>

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)

le iba a meter y... gritan» (testimonio de artista 1). Este testimonio reconoce que la hipervigilancia se ha acentuado no solo por el lado de los efectivos policiales sino, además, de los mismos vecinos, quienes desde sus ventanas o balcones gritan, insultan o critican dicha expresión, «La gente te grita desde su balcón, ¿no? Están vigilando quién sale de su casa, quién no sale de su casa» (testimonio de artista 1). Esto aumenta la inseguridad de los y las grafiteros/as que realizan dichos trabajos en las calles de Lima.

Asimismo, se mantiene la práctica de borrar o eliminar los trabajos de grafiti o *Street Art* por parte de organismos institucionales. El pasado 18 de septiembre del 2020, la Municipalidad de Lima en su Facebook oficial publicó las siguientes imágenes bajo la descripción: «¡Mejorando el ornato de nuestra ciudad! Realizamos el borrado de grafitis y pintado de muros en la Av. Paseo de la República, entre las avenidas Prolongación Iquitos y México, en el distrito de la Victoria» (2020).



Fotografías posteadas por la página oficial de la Municipalidad de Lima en Facebook

Este mismo hecho de borrar o re/pintar muros ha sido un discurso propio de las municipalidades o diversas instituciones, no solo con el grafiti, sino también con el *Street Art*, particularmente con el *paste-up*. El borrado es algo constante; le pasó a la obra del artista Big Rex, quien realizó una intervención artística y social referida al covid-19 que fue, al poco tiempo, borrada.

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)



Paste-up por Big Rex (@big.rex1)⁹ en Vía Expresa, Lima.

Lo interesante es reconocer cómo la percepción cambia según el trabajo a realizar: mural, grafiti, *Street Art*. Dentro del arte urbano, el muralismo posee una trayectoria artística con diversos espacios ganados y gran prestigio/reconocimiento. Sin embargo, el grafiti y, en parte, el *Street Art*, a pesar de haber obtenido cierto reconocimiento en diversos espacios y movidas contraculturales, mantienen todavía algún estigma con respecto a las personas que los realizan.

El grafiti al ser una 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» (Figuerola, 2008, p. 43). Esta relación construye un imaginario social sobre los y las grafiteras, donde su arte se vincula con lo vandálico: «La gente te ve pintando con una lata y de frente te cataloga como delincuente, pero si te ve pintando con rodillo, ni te hace caso» (testimonio de artista 2). Se puede observar, entonces, cómo «la obra misma se encuentra afectada por el sistema de las relaciones sociales» (Bourdieu, 2002, p. 3) y las expresiones legítimas/ilegítimas dentro de toda expresión artística. Y, dado que el grafiti tiende a relacionarse en el imaginario social con lo vandálico, «existe en el imaginario común una confusión furiosa entre ambos términos, la posición más desinformada junta ambas actividades y las agrupa en el sector del vandalismo, otros con una lectura menos superficial y parcializada lo asocian con el estencil» (Maquión, Piloza, & Valdivieso, 2011, p. 26).

Por lo tanto, la producción del arte urbano se vio afectada en diferentes niveles según la corriente artística: murales, grafiti, *paste-up*. Estos impedimentos/obstáculos se deben principalmente a los estigmas que se le atribuyen al quehacer artístico de trabajo ilegal/*vandal*: el grafiti y el *paste-up* (*Street Art*). En consecuencia, el borrado aparece como una medida de «limpieza» u «orden», elementos que en el imaginario social refuerzan la relación del grafiti con lo referido a lo sucio, vandálico, desordenado, etc. Cabe mencionar que estos elementos ya

⁹ Fotografías brindadas por el artista Big Rex (@big.rex1).

existían antes de la pandemia, sin embargo, las medidas tomadas por el gobierno acentuaron los riesgos de *hacer* graffiti y *paste-up*, tanto con la mayor presencia policial como con la hipervigilancia social.

b) ¿La virtualidad como alternativa de creación y difusión de arte urbano?

La virtualidad se ha consolidado como una alternativa de creación y difusión de arte donde muchos y muchas artistas han generado diversas alternativas para hacer visibles sus creaciones en Lima. Las redes sociales pueden traer grandes ventajas, como, por ejemplo: se eliminan las barreras espaciales, se apertura a un público masivo y suelen adaptarse para determinado tipo de públicos. La virtualidad y la expansión mundial del trabajo artístico son parte de las dinámicas contemporáneas propias de la modernidad líquida, donde las digitalizaciones de las expresiones artísticas dialogan con la fluidez, movilidad y «liquidez» (Bauman, 2015) del día a día.

Dentro de las redes sociales, Instagram se ha convertido en una de las *apps* más utilizada por los y las artistas, quienes comparten imágenes o suben *stories* con nuevo contenido, nuevas creaciones, entre otros: «el objetivo fundamental de Instagram es similar a los esfuerzos de las grandes organizaciones por documentar, su interfaz de usuario tiene también un objetivo secundario: representar nuestra experiencia colectiva visual de manera diferente a como se había representado antes» (Hochman y Manovich, 2013, p. 6). De esta forma, las redes sociales no solo son espacios de difusión sino también de interacción con el público. Ahora bien, al ser el arte urbano una expresión artística propia de la ciudad, ¿sería posible afirmar su virtualización?

Por un lado, diversas propuestas virtuales se han realizado a partir de la apropiación y la intervención de calles de manera digital. Dado que muchos artistas no han podido salir a las calles a pintarlas, han intervenido fotografías de conocidas calles de la ciudad con murales de manera virtual, como se puede observar en las siguientes imágenes. Este proyecto fue promovido por Ocupa tu calle, con el objetivo de virtualizar el trabajo de los murales.



Intervención digital por @huansii¹⁰



Intervención digital por @dextre.ink

De este modo, se pudo tomar las calles de manera simbólica desde lo virtual, y reconsiderar la forma en cómo observamos y experimentamos la ciudad. Esta iniciativa virtual nos invita a reflexionar sobre el rol del arte en las calles, sobre quiénes se apropian del espacio público a partir de lo visual, creando nuevos entornos de consumo cultural/artístico en Lima Metropolitana. En la realidad, sin embargo, muchos de estos muros que bien podrían ser usados como superficies para realizar intervenciones visuales, se mantienen de color gris en el espacio público físico.

Por otro lado, es necesario reconocer que las redes sociales y el espacio público son dos ámbitos completamente distintos con sus propias reglas, normas, etc. En el espacio público, el arte urbano interfiere con el camino de los transeúntes, es decir, está a disposición de todos y todas. Pero, las redes sociales poseen algoritmos propios que se ajustan al perfil del usuario: a sus gustos, a las personas que sigue, etc. En Instagram, el *feed* de cada usuario se forma a partir de ciertos filtros que intenta comprender quién es la persona y qué le gusta. Para, de esta forma, ofrecerle contenido similar y servicios adecuados con el fin de lograr *engagement* con la plataforma (Pariser, citado en Freitas, Borges & Rios, 2016). Por lo tanto, uno consume en Instagram lo que le gusta o lo que está habituado en consumir y, por ese motivo, muchas veces se limita el público. El testimonio de la artista grafitera MiaGore, nos menciona: «[pasé] de las calles a las redes sociales, en donde me encontré muy limitada al público con el que deseo compartir mi trabajo. Ahora solo los que me “siguen” por redes sociales o solo los que tienen acceso a Internet pueden apreciar el arte. Y estas piezas de arte también se convierten en sí en obras vendibles y ya no obras públicas, ya que están reducidas a formatos a los que uno puede acceder. Infelizmente esta transición nos obliga a elitizar y censurar nuevamente distintos tipos de arte, ya que en las redes hay muchos filtros sobre lo que se puede subir o no». Por lo tanto, si bien es un espacio

¹⁰ Ocupa tu calle. (27 de agosto de 2020). Muralización virtual #RegresoAlCentro. [Imagen adjunta. Publicación de estado]. Facebook. Recuperado en <https://www.facebook.com/OcupaTuCalle/photos/pcb.2128028147332858/2127993267336346>

sumamente importante para el crecimiento, popularidad y reconocimiento de los y las artistas, la virtualidad no reemplaza el trabajo artístico en el espacio público dado que cierra el consumo de arte urbano a un público preestablecido por algoritmos de la plataforma.

V. Reflexiones finales

Finalmente, podemos afirmar que el impacto del covid-19 en el arte urbano de Lima fue distinto según la expresión artística, dado que si bien afectó al muralismo, no lo hizo de igual manera con el grafiti y el *Street Art*. La razón de dicha diferencia recae en el diálogo/debate entre lo ilegítimo y legítimo de cada expresión artística. En ese sentido, se puede observar cómo el trabajo de los/as grafiteros/as se vio afectado por la hipervigilancia y los estigmas sociales hacia el grafiti en sí mismo; y por el borrado, como una categoría altamente simbólica de invisibilización del trabajo artístico que, además, es sumamente legitimado por diversas instituciones. Entonces, coexiste una dinámica sociocultural entre la falta de apoyo institucional hacia el arte urbano en la pandemia y, a la vez, la inversión en el borrado de este en diversos lugares de la ciudad.

Además, es necesario reconocer la falacia de la virtualidad dado que no todos los artistas poseen los mismos medios o el tiempo para trasladarse a otro ámbito que posee dinámicas sumamente distintas a las de la ciudad, como lo virtual; asimismo, reconocer que la esencia del arte urbano dialoga con el espacio público y con volver accesible el arte visual, dado que puede encontrarse en cada esquina de la ciudad. Y en estos periodos de confinamiento donde muchos espacios culturales institucionales han cerrado, ¿por qué no apostar por espacios abiertos que no conllevan a conglomeración y que acentúan el uso/acción/apropiación del espacio público? Es decir, hacer uso de las calles para promover el arte urbano en cada espacio de la ciudad, democratizar el uso y consumo gratuito del arte sin tener que movilizarse, sino atraer y conectar a los y las artistas con el público y el espacio donde los ciudadanos/as cohabitan.

Por último, brindar un agradecimiento especial a los y las artistas que participaron en la realización de este artículo e invitar a los lectores a seguirlos y apoyarlos. Del mismo modo, invitar a demás investigadores a ahondar el tema con mayor profundidad.

Referencias bibliográficas

- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- 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=l>

Las paredes no callan: la producción del arte urbano en el periodo de confinamiento por el covid-19 (marzo a agosto del 2020)

- [a+distinci%C3%B3n+bourdieu&ots=YJLo AergT&sig=vrSTkSpKjQSS9goVTV6wpWjrL7w](#)
- 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.p>
- Bourdieu, P. (1999). *La miseria del mundo* (Vol. 1). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Ákal.
- 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>
- Gramsci, A. (2013). *Antología/por Antonio Gramsci*. México: Siglo XXI.
- Escobar, T. (2018). *El mito del arte y el mito del pueblo. Cuestiones sobre arte popular*. Recuperado en <https://repositorio.cultura.gob.cl/handle/123456789/2994>
- EFE (9 de Julio del 2020). Murales contra el olvido le ponen cara a la muerte durante cuarentena en Perú. *EFE*. Recuperado en <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/murales-contra-el-olvido-le-ponen-cara-a-la-muerte-durante-cuarentena-en-peru/20000013-4292998#>
- Fernández, S. M. (2016). Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística. *Opción*, 32(8), 225-243. Recuperado en <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048481013.pdf>
- 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>
- Figueroa, I. (2015). *Graffiti en lima: una forma juvenil de conocer, reconocerse y darse a conocer en la ciudad* (Tesis de maestría). PUCP. Recuperado en <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/150395>
- Freitas, C. E. P., Borges, M. V., & Rios, J. R. A. C. (2016). O algoritmo classificatório no feed do Instagram. Recuperado en http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44471/1/2016_eve_cepfreitas.pdf
- Hochman, N., & Manovich, L. (2013). Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. *First Monday*, 18(7). Recuperado a partir de <http://firstmonday.org/ojs/in-dex.php/fm/article/viewArticle/4711>
- Municipalidad de Lima (18 de Septiembre del 2020). ¡Mejorando el ornato de nuestra ciudad! Realizamos el borrado de grafitis y pintado de muros en la Av. Paseo de la República, entre las avenidas Prolongación Iquitos y México, en el distrito de la Victoria. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de <https://www.facebook.com/MuniLima/posts/4458414807563128>
- UNESCO (2020). COVID-19: UNESCO and ICOM concerned about the situation faced by the world's museums. New York, EU. Recuperado de <https://en.unesco.org/news/covid-19-unesco-and-icom-concerned-about-situation-faced-worlds-museums>

- Lefebvre, H. (1996). *Writings on cities*. Oxford: Blackwell Publishers. Recuperado en <https://chisineu.files.wordpress.com/2012/09/lefebvre-henri-writings-on-cities.pdf>
- Lefebvre, H. (1983). *La revolución urbana* [1970], trad. Mario Nolla. Madrid, España: Editorial Alianza.
- Maquión, M., Piloza, X., & Valdivieso, F. (2011). *Graffiti: hacia una clasificación* (Doctoral dissertation). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/456>
- Márquez, I. (2017). Del muro a la pantalla: el graffiti en la cibercultura. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 95-106. Recuperado en <https://www.redalyc.org/pdf/935/93552794009.pdf>
- Mantecón, A. R. (2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la Ciudad de México. *Culturales*, 3(5), 79-104.
- Ministerio de Cultura del Perú (2020). Informe sobre el impacto del estado de emergencia por el COVID-19 en el sector de las artes, museos e industrias culturales y creativas. Lima: Perú. Recuperado en https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/790476/Informe_ok_05JUN20.pdf
- Molano Camargo, F. (2016). El derecho a la ciudad: de Henri Lefebvre a los análisis sobre la ciudad capitalista contemporánea. *Folios*, 44, 3-19.
- Moraga González, M., & Solórzano Navarro, H. (2005). Cultura urbana hip-hop. Movimiento contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. *Última década*, 13(23), 77-101.
- Orive, M. G. (2013). ¿Habitar la ciudad? Una aproximación a la experiencia de lo urbano desde la práctica artística contemporánea. *Arte y Ciudad: Revista de Investigación*, 3, 385-402.
- Sánchez, F. R. (2012). Graffiti. ¿Arte o vandalismo? *Pensar la publicidad*, 6, 53.
- Torres, Natalia Pérez (Abril de 2020). Vestigios del presente: arte urbano, ruina y patrimonio en Valparaíso. *RBSE Revista Brasileira de Sociologia da Emoção. Dossiê: Cidade, imagem e emoções*, 19 (55), 65-82, ISSN 1676-8965. Recuperado en http://www.cchla.ufpb.br/rbse/Art-4_Dossie_RBSEv19n55abril2020.pdf
- Vázquez, D. & Muñoz, A. (21 de marzo del 2020). El Covid-19 dispara el consumo cultural online. *Cinco Días*. Recuperado en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/03/20/fortunas/1584732274_409521.html