



**Mónica Val Fiel**  
PhD, Architect and Bachelor of Fine Arts. Professor in the *Graphic Expression Department* and *Technical School of Design Engineering* at the *Universitat Politècnica de València*. Her research and teaching activities focus on defining the role of technology as a driver of urban interaction design.

## Symbolic Learning in the City. Street Art in the Regeneration of Public Space

Art is widely used as an instrument in the dynamics of urban renewal. Among them, Street Art has gone from being considered as a way of highlighting historic centers and contributing to civic identity to become one more tool of the dynamics of festivalisation of cities, framed within the processes of gentrification and a rising trend of enhancing cultural tourism.

This article focuses on highlighting that Street art, as art, becomes a showcase for conflict on cultural, social and political issues. Thus, when artistic interventions do not focus exclusively on their aesthetic component, they fulfill the objective of becoming a trigger for stimuli between citizens and the places they inhabit. The objective is to demonstrate how in this context, graffiti enhancing its symbolic component, places learning in the public space and through it, the links, interaction, and the acquisition of information are enhanced.

In this sense, the role of the institution is taken as a reference from the study of two recent government tenders, which show very differentiated approaches: *Embellir Paris* and *Interactive Women of Science Murals*, led respectively by the French government, in Paris, and by the *Universitat Politècnica de València*, in València.

Keywords:  
graffiti; public space; situated learning; street art; urban regeneration

## 1. INTRODUCTION.

In the late 1960s, in the New York slums of the Bronx and Brooklyn, any surface in public space (walls, billboards, train wagons, and tunnels) served as support for scribbles and graffiti. Graffiti writers used spray paint to publicly record their names or pseudonyms as signatures or tags. These were signatures that tried to reaffirm an identity, show their existence and mark their territory; anti-system protests with a marked political and economic content against social structures. It was in 1980, after the Times Square Show exhibition, that graffiti began to be integrated into the New York art system as an alternative to minimalism, and in the following decade, French museums were the first to accept it in Europe. Thus, in the mid-1990s the term Street Art was coined to refer to the commodification of graffiti (Armstrong, 2019). However, it should be noted

that throughout its history, graffiti has been re-defining its terms and has been incorporating meanings such as *Mural Art*, *Street Art*, *Stencil*, and *Postgraffiti*, among others. Armstrong uses the *Urban Art* category to describe the third and final phase in which graffiti and Street Art are grouped together and become a collector's item. Nowadays graffiti has gone from having a political and social value to having a commercial value, becoming a consumer product. Its consideration as a means of protest, rebellion and subversion seems to be a thing of the past, since nowadays in many cases it has been transformed into a merely decorative medium. Tourists consume it as one more city attraction, photographing the murals and taking tours and themed walks (fig. 1). Graffiti has undergone an evolution, from its origins in the field of illegality, when it was considered an act of vandalism, until the end of the 20th century, when it became recognized as an artistic expres-

sion and became part of artistic circuits. Although graffiti continues to be valid in the urban context, it has less and less to do with those characteristic letter fonts and signatures, and more to do with illustration, design and marketing. While Street Art is institutionalized in museums, cities have become blank canvases to be colonized. Graffiti, murals and paintings decorate everything from commercial basements, garage shutters, party walls and changes of alignment to museum facades, memorial sites (fig.2) or any other surface that people want to highlight. However, in many cases the resulting effect is the opposite and the overabundance of painted walls turns the motley surfaces into a continuum (fig. 3). In artistic practice it is not possible to separate artistic attitudes or positions in its pure state. Bocola (1994) classifies the art of modernity into four fundamental artistic attitudes: realistic, structural, romantic and symbolic. Although these attitudes never appear isolated, they prevail over each other and are altered by combinations. Nevertheless, we can distinguish between two orientations. The first, when art centres on aesthetic practice, focuses on recognizing, ordering and reproducing external and visible es-

Fig. 2 - Tribute to José Ángel Espinoza Aragón (1919-2015), also known as Ferrusquilla, Mexican singer, songwriter and actor of the so-called Golden Age of Mexican cinema. Graffiti performed in the framework of the municipal project "Souls with a Face", which seeks to capture images of important people for its inhabitants on the walls of the city of Saltillo. Author: Daniela Eidett. Puente Chrysler, Saltillo, Mexico



<http://disegnarecon.univaq.it>

Fig. 1 - Tourists taking pictures of graffiti. The Street Art Gallery, Seven Stars Yard, London





Fig. 3 - Graffiti in walls, commercial floors, garage blinds... Authors: Barbiturikills, Hope, Xèlon and Julieta XLF, etc. Intersection of Pintor Domingo Street and Villena Street, Valencia

sential aspects. The second orientation, when art claims ideological issues and with theoretical content, is found in those attitudes in which they intend to interpret, value, become aware and express, the inner and invisible reality. The aim of this article is to show how the interventions led by the institution have adopted that first formalist orientation, and to place value on those interventions framed within that second orientation, focused on interpreting, valuing and claiming the invisible reality that incorporates significance and learning in the public space.

## 2. FORMALISM AND THE ART OF GENTRIFICATION

Since its integration into the city, art has been questioned as a promoter of urban development. Through the *Percent for art programs*, since the end of the 1960s, several North American states have assigned, —either mandatorily (by legislation) or voluntarily depending on the state—a percentage (around 1% of public works investment in the state) for public art installations. Thus, a small part of the budget for the construction or renovation of public buildings is reserved for the purchase, installation or maintenance of public works of art. These are mechanisms to improve the built envi-

ronment and, through the incorporation of works of art, make the spaces more attractive or accessible. “State arts agencies and public art practitioners stress that public art is a product of community investment and stakeholder dialogue that doesn’t just occupy but also actively shapes public space.” (National Assembly of State Arts Agencies, 2013). The architect James Wines coined the term *Plop Art* in 1970 to describe this type of art as an art dropped into a space and unrelated to its physical context. These were sculptures that were placed in front of the skyscrapers in government or corporate squares (fig. 4), works that were placed in the space in an ornamental way, but without being related to the place where they were located. The squares in front of the New York towers of the 60s and 70s were the consequence of the application of the *Zoning Resolution* of 1961 that introduced the concept of *incentive zoning*, that allowed to increase the buildability in exchange for the incorporation of this *Privately Owned Public Space* (POPS). While the presence of art in public spaces has been promoted, it has been evident that it has always been an activity that cannot be separated from urban transformation processes, with a background of economic interests. Rosalyn Deutsche and C.G.



Fig. 4 - The Flamingo, by Alexander Calder, 1974 Federal Plaza, Chicago

Ryan (1984), evidenced that already in New York in the 80s, different urban operations instrumentalized public art for speculative purposes. In this sense, the art scene of the early 1980s in the Lower East Side neighbourhood, transformed an economically lower-income area into a gentrified area. This intervention was classified as “renovation” or “revitalization”, but involved a process of gentrification and sanitation of degraded areas, with the displacement of uses and working class inhabitants. Along the same lines, in 2004 UNESCO established the Creative Cities Network and, since then, has promoted the contribution of cultural industries in the socio-economic promotion of developing countries. Similarly, it integrates creativity and culture as a strategic factor of sustainable urban development. In this way, the *Unesco Creative Cities Network* (UCCN) collaborates in the implementation of Objective 11 *Sustainable Cities and Communities of the Sustainable Development Goals* (SDGs) in the 2030 Agenda for Sustainable Development.

The six objectives of the Network’s Mission Statement in urban development, strengthening the production of cultural goods and services, developing creativity and innovation centres, expanding opportunities for professionals and artists in the cultural field, improving access to and participation in cultural life and, finally, integrating culture and creativity into local development strategies and plans. With the objective of renewing and revitalizing urban areas, in recent decades public authorities have incorporated in their planning projects cultural facilities such as museums, civic centres and libraries, which function as activators in certain deteriorated areas of cities. It is about creating positive chain reactions that help to begin and extend the transformation of cities, positive actions that make a city wake up (Lerner, 2003).

On a smaller scale, cultural practices have been established in development processes, both economic and social, and in recent years urban art events organized by public authorities have progressively multiplied. Likewise, graffiti has come to be promoted through prominent street art festivals, such

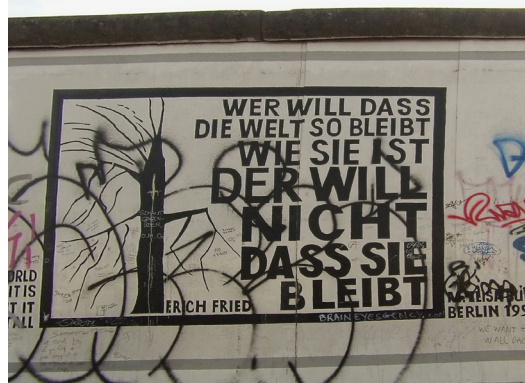


Fig. 5 - *East Side Gallery*. Thierry Noir began to paint clandestinely on the Berlin Wall in 1984 graphic protests against the “monster” that split the city in half

Fig. 6 - *East Side Gallery*. Detail of current graffiti on the Berlin Wall, painted in 1990. Various titles “Worlds People” and “Wir sind ein Volk” (We are one people), this long section was painted by the Berlin artist Schamil Gimajew

Fig. 7 - *East Side Gallery*. Current Graffiti on the Berlin Wall, painted in 1990 “He who wants the world to remain as it is doesn’t want it to remain at all” by Elisa Budzinski

as the *All City Canvas* in Mexico, The *Cans Festival Tunnel* in London, and the *Callelibre* in Vienna, among others. Also, *Artmosphere*, whose first Russian biennale took place in Moscow in 2014, the first Russian biennale to promote the development of graffiti.

Ribalta (1998) highlights that the political and revolutionary sense will remain implicit in art whose intention is to occupy a place in the public space. However, the idea of replacing the museum with urban space and making the city become an object of contemplation or cultural consumption could turn the city into a purely aesthetic object or a spectacle. “The city becoming a museum makes citizens become tourists and empties citizen participation of political meaning in favour of an experience of consumption and entertainment. According to this logic, urban transformations are experienced as the novelties of the cultural market. There are no longer any social or political conflicts in demolitions and reconstructions, with their consequent population movements, but rather a permanent and unstoppable modernization. [...] The museification of the city is the symptom of the logic of the cultural industry applied to urban processes. Civil life is put at the service of the image of the city” (p.168)

In Berlin, the murals displayed outdoors in the *East Side Gallery* were produced in 1990 as a result of an event that, with the intention of painting the main symbol of the Cold War, brought together artists from different countries. The section of wall that served as a support was preserved and has become one of the most visited tourist attractions in the city (fig. 5) (Yan et al., 2019). In this case, the graffiti on the Berlin Wall is *Site-specific* art (fig. 6 and 7) (Kwon, 2004), an art linked to the place where it is

installed and that takes into account the physical conditions of the space as an integral part of the production and presentation of the artistic work. Nevertheless, the definitive institutionalization of graffiti, in the form of a museum, arrived in Berlin with the *Urban Nation*, Museum for Contemporary Urban Art, and in Amsterdam with the *ASA museum*, Amsterdam Street Art.

### 3. SIGNIFICANCE AND THE APPROPRIATION OF SPACE

Art has intervened and participated for a variety of purposes, in the definition of the city. In the context of graffiti and mural art, one of the most outstanding examples is the Mexican mural, which was an art promoted for the people and which participated in the reaffirmation of their identity and collective memory. Muralism reactivated their struggles and ideals, recovering the history and traditions of the Mexican people (fig. 8). In other cases, such as in the murals in Northern Ireland, graffiti became a symbol of an entire historical period, where the interventions were political statements or paintings that emerged with the intention of transmitting a vindictive message, as a consequence of political conflicts.

The history of the city is that of its public space. Borja and Muxí (2000) summarize that public space is a physical, symbolic and political space at the same time; that is to say, it is the main space for urban planning, urban culture and citizenship. The city is the physical area of collective expression and social and cultural diversity.

Therefore, beyond the physical environment, public space is defined on a set of meanings that the inhabitants of a place build with their experience. Environmental psychology researches the relationships established between spaces and their inhabitants. Through action on the environment, people and groups transform the space and leave their trace through symbolic marks. From this perspective, the spaces facilitate the experience and they are constructed as symbolic places for the exchange of meanings, through interaction, incorporating the environment into affective and

cognitive processes (Vidal and Pol, 2005).

Thus, symbolism is an inherent property of the perception of spaces, where meaning can derive from physical and structural characteristics, from the social practices that take place in it or from the interactions that occur between the inhabitants when they occupy that space (Valera, 1996). From a sociocultural perspective, unlike cognitive approaches, the learning process is considered to have its origin in social interaction, that is, in the active participation in interactions with others in socially constructed communication practices (Andrew, 2010).

Situated learning is an educational approach developed by Lave and Wenger in the early 1990s. Lave argues that learning is a function of the activity, context, and culture in which it occurs. Students build their knowledge from their experiences of the learning situation. Some examples of situated learning would be internships in companies, where students are immersed in a real work environment, or excursions where they also participate.

The authors propose that learning is creating meaning from real activities of daily life, incorporating everyday experience, and creating opportunities to live the learning in the context of real-world challenges (Lave and Wenger, 1991). Faced with traditional learning that occurs from abstract and out of context experiences (such as through books and conferences), Lave proposes situated learning as that which is carried out through relationships with people and connecting with prior knowledge. Learning is part of our daily lives, we all belong to communities of practice (Wenger, 2001) that arise officially or spontaneously and that change throughout our lives. "To situate learning means to place thought and action in a specific place and time. To situate means to involve other learners, the environment, and the activities to create meaning." (Stein, 1998).

Along with these arguments, the relationship between education and the urban environment has also been researched from the field of pedagogy, coining terms such as *educational city* and *urban pedagogy* to refer to these relationships. Trilla (1997) proposes three dimensions



Fig. 8 - Miguel Hidalgo in mural by Alfredo Zalce in the Interior of the Government Palace of Morelia, Michoacán, México

from which to analyse this relationship: the city as an environment or container of education (learning in the city), as an educational resource or agent (learning from the city), and as an objective or content of education (learning about the city); however, these dimensions intermingle, and the city is simultaneously environment, vehicle and educational content.

From the semiotics of the image, getting back to the graffiti as an object of analysis, Abraham Moles studied the place occupied by the poster arranged in urban environments in the context of the current civilization of the image, and his conclusions can be extended to graffiti. The city as a semantic environment is an artificial landscape created by man, a universe of images. Moles described as *mosaic culture* these scattered contents, without hierarchy in the city, that convey informal education, and he highlighted the poster as one of the main channels of mosaic culture.

Moles (1970, pp.25-26) determined that the poster has become a cultural element and agent, by



Fig. 10 - *La ligne blanche* by Escif in collaboration with Brillo\_y\_Sabor studio, *Embellir Paris*, Winner of the *site du mur de l'école Keller*, 11e arr, Paris.

Fig. 9 - 1641 Fleet St. Baltimore, Maryland

conditioning its receptors to certain values, and stated: "The poster is, in urban society, whose walls are full of images, one of the most powerful factors, along with the shop windows, for what has been called self-teaching, that is, self-training of the individual by contemplation, at a level of extremely weak activity, almost passive, but indefinitely renewed, of a certain number of elements that are elements of culture."

#### 4. FORMALISM AND SIGNIFICANCE IN TWO INSTITUTIONAL PROJECTS

From the point of view of the legality of Street Art, we can distinguish two situations. One occurs when a work is the decision of an artist and independently intervenes in the space of the city, taking the subversive approach. The other situation concerns commissioned works or contests with the backing of an institution, paid with public funds, in which the content, more or less vindictive, is filtered by the institution itself. In the first case, the interventions usually occur

in peripheral places, little travelled and with little control, while in the second case, the interventions are used as a resource for renovation, with the intention of improving the urban scene (party walls, changes in alignment (fig. 9), etc.) or with the aim of revitalizing certain areas and including them in the itineraries of the city's tourist offer.

In this sense, the role of the institution is taken as a reference from the study of two recent government tenders, which show very differentiated approaches: *Embellir Paris* and *Interactive Women of Science Murals*, led respectively by the French government, in Paris, and by the *Universitat Politècnica de València*, in València. The projects chosen in both initiatives have been developed throughout 2019.

The *Embellir Paris* [1] tender was launched at the end of 2018 by Paris City Council's Department of Culture with the aim of highlighting the importance of twenty abandoned places in the city, one for each district. The intention of the project, as its promoters stated, was to turn Paris into an open-air gallery, to bring art into everyday life and to

contribute to the reappropriation of these public spaces by its inhabitants. This proposal, intended for artists, architects and designers, did not attach conditions on the projects, whether they were individuals, groups, students or established figures. The response to *Embellir Paris* materialized in sculptures, mosaics, frescoes, graffiti, installations... A complete success that, according to its promoters, was due to the originality of the projects presented and the diversity of the winning artists. The participants were artists ranging from well-known figures in contemporary art and Street Art to emerging artists.

Graffiti, as art, becomes a showcase for conflict on cultural, social and political issues. "The walls painted by Escif [2] question current struggles, resistance movements, the misdeeds of capitalism, environmental problems. [...] He constantly questions the meaning of each intervention and understands that a painted wall is no longer a wall, but rather the responsibility to participate in building a better society." (Hidalgo, 2019, p.34) (Fig.10).

The mission of public art is to signify the city, build urban landscapes, urban environments, “beautify the city” and bring artistic practices closer to citizens. In addition, Public Art keeps alive the memory of the characters, people and places of the city and, despite the absence of monuments, enables social and urban criticism. However, if interventions move away from these approaches and promote only their aesthetic component, then the city becomes an object of contemplation favouring the experience of consumption and entertainment. In this direction, art is widely used as an instrument in the dynamics of urban renewal. Among them, Street Art has gone from being considered as a way of highlighting historic centres and contributing to civic identity to become one more tool of the dynamics of festivalisation of cities, framed within the processes of gentrification and a rising trend of enhancing cultural tourism.

Fig. 11 - Hypatia of Alexandria by Milu Correch. Barrio de Oriols, *Interactive Murals Women of Science*, Valencia.



The project *Interactive Murals of Women of Science* [3] includes a total of eight murals distributed by different neighbourhoods in the city of Valencia (fig. 11, 12 and 13). These murals attempt to pay homage to key women in the history of science and, also influence the fight for gender equality in this field. In addition to the mural intervention, the project features the mobile application *Mujeres de Ciencia - Dones de ciència - Women of science*. Through the application, users can discover audiovisual content linked to the corresponding mural on their smartphones and thus access the bibliography and main milestones of the scientist under study. In turn, a test evaluates the knowledge of each user about each figure. Thus, the interaction between the different users in a group is encouraged in an approach that embraces the precepts of situated learning, capable of generating meaning from the real activities of daily life in informal contexts.

Fig. 12 - Jane Jacobs by Tamara Djurovic “Hyuro”. Barrio del Carmen, *Interactive Murals Women of Science*, Valencia.



## 5. CONCLUSIONS

Public space is the space of coexistence and social interaction, but it is also the stage of learning about social practices within cultural communities, highlighting the potential of art as an axis of social communication at the core of a community and as a facilitator of the appropriation made of the spaces where it is framed. Regardless of whether the interventions are commercial or vindictive, graffiti and urban artists alter the image of the space and contribute to the construction of a public image. Non-institutional graffiti is a direct, immediate, and constantly updated means of transmitting cultural, social and political messages. However, institutional graffiti loses some of the most representative characteristics of the medium, such as anonymity and the absence of prior censorship. Although the institution and the market modify and absorb any trans-

Fig. 13 - Margarita Salas by Lula Goce. *Universitat Politècnica de València*, *Interactive Murals Women of Science*, Valencia.



formative intention of art, Graffiti continues to be a means of communication that participates in the definition of the public image of an environment and is a symbolic exponent of the construction of a place, even more so as the scope and diffusion achieved by the work is greater.

From that perspective, the function of the institution is to give visibility and context to artistic practices found within the “commercial” circuits and that, despite this, analyse the world and enable, in alternative ways, to experiment, perceive and learn from our environment. The term ‘*mosaic culture*’ can be applied to graffiti as one of its main communication channels.

When art is used as a means of urban renewal, formalist value is enhanced and show and entertainment are favoured. However, beyond the exclusive visuality derived from aesthetics, the meaning of the graffiti requires a theoretical contextualization. Street Art in all those interventions in which ideological, narrative and content issues are claimed, transforms public space into a stage for cultural practices, resulting in a potential trigger to contribute to situated learning. With them, the participants, inhabitants, or neighbours, will create their own knowledge from their experience and interaction with each other. Placing learning in the public space means involving citizens in the definition of the symbols that build their city.

Returning to the origins of graffiti, in which it was considered as a means of communication and reaffirmation, a sign of everyday resistance, with more or less vindicating political content and in opposition to all artistic interventions that are reduced to an exclusively formal character, Street Art definitely has an inherent educational value.



## NOTE

[1] The *Embellir Paris* project first had a citizen participation as a filter, and roughly 56,000 Parisians voted for their desired proposals. Subsequently, a jury made up of people with recognized names in the world of art and culture selected 20 projects among the 720 proposals submitted. Direction des Affaires Culturelles de la Ville de Paris. Project director: Lucie Marinier; Coordinator: Lucile Ink. Project and production monitoring: Audrey Turpin. Technical analysis: Emmanuel Burgaud. Intern: Coline Coisne

[2] Escif is a street artist based in Valencia, Spain. Escif was the winner of two of the spaces proposed in the *Embellir Paris* tender. *La ligne blanche*, site du mur de l'école keller, 11e arr. and *Stay nude*, site mur rue du pré, 18e arr.

[3] *Universitat Politècnica de València* and the *Las Naves* innovation center of the Valencia City Council, in collaboration with the *Spanish Foundation for Science and Technology* (FECYT) - *Ministry of Science, Innovation and Universities*, developed the project "*Interactive Murals for Women of Science*". The project has been chosen as the Best Scientific Dissemination Project of the Year by the *National Network of Units of Scientific Culture and Innovation* (UCC + i). Project directors: Isabel Tort Ausina (UPV), Sara Verdú Vila (Las Naves, Ayto. València) and Antonio Pérez Gómez (UPV). Curator of the pictorial project: Joan B. Peiró López (UPV). Coordination: Anna Melchor Pérez (Las Naves, Ayto València) y Luis Zurano Conches (UPV). Design: Yolanda Segura Domingo (UPV). The eight murals: Margarita Salas, biochemist; Hypatia of Alexan-

dria, astronomer, mathematician and philosopher; Katherine Johnson, mathematician and space scientist; Valentina Tereshkova, the first woman to fly into space; Anna Luch, a leading oncologist in breast cancer research; Josefina Castellví, oceanographer specialized in marine bacteriology; Jane Jacobs, journalist and urban planning theorist, and Hedy Lamarr, pioneering engineer of wireless communication. *The Universitat Politècnica de València* has started the management of a second edition of the project.

## REFERENCES

Andrew, P. (2010). La identidad y el aprendizaje: una perspectiva social. *Multidisciplina*, (6).

Artmosphere Union (2018). *Artmosphere Biennale of Street Wave Art*. Retrieved May 15, 2020, from <https://artmosphere.com>

Arto Group (2012). *All City Canvas*. Retrieved May 15, 2020, from <https://www.allcitycanvas.com>

ASA (2010). Amsterdam Street Art. Retrieved May 15, 2020, from <https://www.amsterdamstreetart.com>

Berlin wall foundation (2019) *East Side Gallery*, Berlin. Retrieved May 15, 2020, from <https://www.east-sidegalleryberlin.de/en>

Bocola, S. (1999). *El arte de la modernidad: estructura y dinámica de su evolución de Goya a Beuys*. Barcelona: Ediciones del Serval

Borja, J., & Muxi, Z. (2003). *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa

*Calle Libre*. (2015) Festival for Urban Aesthetics. Retrieved May 15, 2020, from <https://www.callelibre.at>

Department of city Planning (1961). *New York City's Privately Owned Public Spaces*. Retrieved May 15, 2020, from <https://www1.nyc.gov/site/planning/plans/pops/pops.page>

Deutsche, R., & Ryan, C. G. (1984). The fine art of gentrification. *October*, 31, 91-111.

Gablík, S. (1984). *Has modernism failed?* New York: Thames&Hudson

Hidalgo A. (Ed.) 2019. *Embellir Paris*. Annonce des projets

lauréats. Retrieved May 15, 2020, from [http://www.embellir.paris/data/presse\\_3f9e4/accueil/4/dp\\_embellir\\_paris\\_web\\_86194.pdf](http://www.embellir.paris/data/presse_3f9e4/accueil/4/dp_embellir_paris_web_86194.pdf)

Kwon, M. (2004). *One place after another: Site-specific art and locational identity*. MIT press.

Escif (2019). *La ligne blanche. Embellir Paris*. Retrieved May 15, 2020, from [http://www.embellir.paris/fr/sites/1344-ligne-blanche-escif-et-brillo\\_y\\_sabor-studio.html](http://www.embellir.paris/fr/sites/1344-ligne-blanche-escif-et-brillo_y_sabor-studio.html)

Escif (2019). *Stay nude*. Escif. *Embellir Paris*. Retrieved May 15, 2020, from [http://www.embellir.paris/fr/sites/1351-stay-nude-escif-et-brillo\\_y\\_sabor-studio.html](http://www.embellir.paris/fr/sites/1351-stay-nude-escif-et-brillo_y_sabor-studio.html)

Lave, J. & Wenger. E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lerner, J. (2003). *Acupuntura Urbana*. Rio de Janeiro: Record

Miles, M. (1997). *Art, Space and the City*. London: Routledge.

Moles, A. A., (1970). El símbolo y la imagen en la civilización contemporánea. *Revista española de la opinión pública*, (19), 21-37.

National Assembly of State Arts Agencies. (2020). *Percent for Arts Policy Brief*. Retrieved May 15, 2020, from [https://nasaa-arts.org/nasaa\\_research/nasaapercent-forartpolicybrief](https://nasaa-arts.org/nasaa_research/nasaapercent-forartpolicybrief)

Remesar, A. (2019). Del arte público al post-muralismo. Políticas de decoro urbano en procesos de Regeneración Urbana. *On the W@terfront. Public Art. Urban Design. Civic Participation. Urban Regeneration*, 61(1), 3-65.

Ribalta, J. (1998). Notas acerca del arte público y el museo. *Ciutats invisibles. Ciudades invisibles. Valencia: Generalitat Valenciana*, 160-169.

Stein, D. (1998). *Situated learning in adult education*. Retrieved May 15, 2020, from <http://www.ericdigests.org/1998-3/adult-education.html>

Sharp, J., Pollock, V. & Paddison, R. (2005). Just art for a just city: Public art and social inclusion in urban regeneration. *Urban Studies*, 42 (5-6), 1001-1023

Sorkin, M. (Ed). (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. New York: Hill and Wang.

Trilla, J. (1997). La educación y la ciudad. *Otras educaciones* publicado por la Universidad Pedagógica Nacional de Barcelona y la Editorial Antropos. Barcelona 1993, pp. 177-203

UNESCO (2015). Creative cities Network. Retrieved May 15, 2020, from <https://en.unesco.org/creative-cities/home>

UNESCO (2010). Políticas para la creatividad. Guía para el Desarrollo de las industrias culturales y creativas. Retrieved May 15, 2020, from <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

Universitat Politècnica de València (2020). *Mujeres de Ciencia*. Retrieved May 15, 2020, from [http://donesdeciencia.upv.es/index\\_c.html](http://donesdeciencia.upv.es/index_c.html)

Urban Nation (2004). Museum for Urban Contemporary Art . Retrieved May 15, 2020, from <https://urban-nation.com>

Valera, S. (1996). Análisis de los aspectos simbólicos del espacio

urbano. Perspectivas desde la psicología ambiental

Vidal, 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.

Wenger, E. (1998). Communities of practice: Learning as a social system. *Systems thinker*, 9(5), 2-3.

Yan, L., Xu, J. B., Sun, Z., & Xu, Y. (2019). Street Art as alternative attractions: A case of the East Side Gallery. *Tourism Management Perspectives*, 29, 76-85.

## Aprendizaje simbólico en la ciudad. Arte callejero en la regeneración del espacio público

El arte es ampliamente utilizado como instrumento en las dinámicas de renovación urbana. Entre ellas, el *Street Art* ha pasado de ser considerado como una forma de poner en valor los centros históricos y contribuir a la identidad cívica a convertirse en una herramienta más de las dinámicas de festividad de las ciudades, enmarcándose dentro de los procesos de gentrificación y con una tendencia ascendente a potenciar el turismo cultural.

Este artículo se centra en destacar que el *Street Art*, como arte, se convierte en un escaparate de conflicto en cuestiones culturales, sociales y políticas. Así, cuando las intervenciones artísticas no se centran exclusivamente en su componente estética, cumplen con el objetivo de convertirse en un desencadenante de estímulos entre los ciudadanos y los lugares que habitan. El objetivo es evidenciar cómo en este contexto, el grafiti potenciando su componente simbólica, sitúa el aprendizaje en el espacio público, y a

través de éste se potencian los vínculos, la interacción, y la adquisición de información.

En este sentido, se toma como referencia el rol de la institución desde el estudio de dos convocatorias estatales recientes, que presentan enfoques muy diferenciados: *Embellir Paris y Murales Interactivos Mujeres de Ciencia*, lideradas respectivamente por el gobierno francés, en París, y por la *Universitat Politècnica de València*, en València.

### INTRODUCCIÓN

A finales de la década de 1960, en los barrios marginales neoyorquinos del Bronx y Brooklyn cualquier superficie en el espacio público (tapias, vallas publicitarias, vagones de tren y túneles) servía de soporte de garabatos y pintadas. Los *graffiti writers* utilizaban la pintura en spray para dejar constancia pública de sus nombres o pseudónimos a modo de firmas o *tags*. Se trataba de firmas que

intentaban reafirmar una identidad, evidenciar su existencia y marcar su territorio; protestas antisistema con un marcado contenido político y económico y contrarias a las estructuras sociales.

Fue en 1980, a partir de la exposición *Times Square Show*, cuando el grafiti empezó a integrarse en el sistema del arte neoyorquino como alternativa al minimalismo, y ya en la década siguiente fueron los museos franceses los primeros en aceptarlo en Europa. Así, a mediados de la década de 1990 se acuñó el término *Street Art* para referirse a la mercantilización del grafiti (Armstrong, 2019). No obstante, hay que destacar que a lo largo de toda su historia, el grafiti ha ido redefiniendo sus términos y ha ido incorporando acepciones como *Mural Art*, *Street Art*, *Stencil*, *Postgraffiti*, etc. Armstrong utiliza la categoría de *Urban Art* para describir la tercera y última fase en la que el grafiti y el *Street Art* se agrupan y se convierten en objeto de colección.

En nuestros días el grafiti ha pasado de tener un valor político y social a tener un valor comercial y convertirse en un producto de consumo. Su consideración como medio para la protesta, la rebelión y la subversión parece cosa del pasado, ya que en la actualidad en muchos casos se ha transformado en un medio meramente decorativo. Los turistas lo consumen como una atracción más de las ciudades, fotografían los murales y realizan tours y recorridos tematizados (fig. 1). El grafiti ha sufrido una evolución, desde sus orígenes en el ámbito de la ilegalidad, cuando era considerado como acto vandálico, hasta llegar a finales del siglo XX, en que pasó a ser reconocido como expresión artística y entró a formar parte de los circuitos artísticos. Aunque el grafiti sigue teniendo vigencia en el contexto urbano, cada vez tiene menos que ver con aquellas firmas y tipografías de letras tan características, y más que ver con la ilustración, el diseño y el marketing. Mientras que el *Street Art* se institucionaliza en los museos, las ciudades han pasado a ser lienzos en blanco que hay que colonizar. Los grafitis, murales y pinturas decoran desde bajos comerciales, persianas de garajes, medianeras y cambios de alineación hasta fachadas de museos, enclaves conmemorativos (fig.2) o cualquier otra superficie que se quiera destacar. Sin embargo, en muchas ocasiones el efecto es el contrario, y la sobreabundancia de paredes pintadas hace que el abigarramiento de superficies pase a ser un continuo (fig. 3).

En la práctica artística no es posible separar en estado puro las actitudes o posiciones artísticas. Bocola (1994) clasifica el arte de la modernidad en cuatro actitudes artísticas fundamentales: realista, estructural, romántica y simbólica. Aunque estas actitudes nunca aparecen aisladas, predominan unas sobre las otras y se ven alteradas por combinaciones; sin embargo, podemos distinguir entre dos orientaciones. La primera, cuando el arte se centra en la práctica estética, se enfoca en reconocer, ordenar y reproducir aspectos esenciales exteriores y visibles. La segunda orientación, cuando el arte reivindica cuestiones ideológicas y con contenido teórico,

se encuentra en aquellas actitudes en las que se propone interpretar, valorar, tomar conciencia y expresar la realidad interior e invisible.

El objetivo de este artículo es evidenciar cómo las intervenciones lideradas por la institución han adoptado esa primera orientación formalista, y poner en valor aquellas intervenciones enmarcadas en esa segunda orientación, que se centran en interpretar, valorar y reivindicar la realidad invisible que incorporan el significado y el aprendizaje en el espacio público.

## EL FORMALISMO Y EL ARTE DE LA GENTRIFICACIÓN

Desde su integración en la ciudad, el arte ha sido cuestionado como propulsor del desarrollo urbanístico. Distintos estados norteamericanos, desde finales de la década de 1960, mediante los programas "*Percent for art*", han asignado —de manera obligatoria (por legislación) o voluntaria dependiendo del estado— un porcentaje (en torno al 1%, de la inversión de las obras estatales) para instalaciones de arte público. Así, una pequeña parte del presupuesto para la construcción o renovación de los edificios públicos se reserva para la compra, instalación o mantenimiento de obras de arte públicas. Se trata de mecanismos para mejorar el entorno construido y, mediante la incorporación de obras de arte, conseguir que los espacios sean más atractivos o accesibles. "Las agencias de arte estatales y los profesionales del arte público enfatizan que el arte público es un producto de la inversión comunitaria y el diálogo con las partes interesadas que no solo ocupa, sino que también forma activamente el espacio público." (National Assembly of State Arts Agencies, 2013).

El arquitecto James Wines acuñó en 1970 el término *Plop Art* para calificar a este tipo de arte como un arte dejado caer en un espacio y sin relación con su contexto físico. Se trataba de esculturas que eran colocadas frente a los rascacielos en las plazas gubernamentales o corporativas (fig. 4), obras que eran situadas en el espacio de una manera ornamental, pero sin relacionarse con el lugar en el que se emplazaban. Las plazas frente a las torres neoyorquinas de los años 60 y 70

fueron consecuencia de la aplicación de la ley de zonificación de 1961 que introdujo el concepto de "Zonificación incentivadora", que permitía incrementar la edificabilidad a cambio de la cesión de este espacio público de propiedad privada (*Privately Owned Public Spaces* (POPS)).

Mientras que se ha promovido la presencia de arte en los espacios públicos, se ha hecho evidente que ha sido siempre una actividad que no puede ser separada de los procesos de transformación urbana, con un trasfondo de intereses económicos. Rosalyn Deutsche and C. G. Ryan (1984), evidenciaron que ya en el Nueva York de los años 80, diferentes operaciones urbanísticas instrumentalizaron el arte público en favor de fines especulativos. En este sentido, la escena artística de principios de la década de 1980, en el barrio *Lower East Side*, transformó una zona de clase económicamente baja en una zona aburguesada. Esta intervención fue calificada como "renovación" o "revitalización", pero comportaba un proceso de gentrificación y de saneamiento de las áreas degradadas, con el desplazamiento de usos y habitantes de clase trabajadora.

En la misma dirección, en 2004 la UNESCO instauró la *Red de Ciudades Creativas* y, desde entonces, fomenta la contribución de las industrias culturales en la promoción socioeconómica de los países en desarrollo. De igual manera, integra la creatividad y la cultura como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. De esta forma, la *Unesco Creative Cities Network* (UCCN) colabora en la implementación del Objetivo 11 *Sustainable Cities and Communities* de los *Sustainable Development Goals* (SDGs), of the 2030 *Agenda for Sustainable Development*.

Los seis objetivos que recoge *Network's Mission Statement* son: hacer que la creatividad sea un componente esencial en el desarrollo urbano, fortalecer la producción de actividades y servicios culturales, desarrollar centros de creatividad e innovación, ampliar oportunidades para profesionales y artistas en el ámbito cultural, mejorar el acceso y participación en la vida cultural y, finalmente, integrar la cultura y la creatividad en las estrategias y planes de desarrollo local.

Con el objetivo de renovar y dinamizar las áreas urbanas, en las últimas décadas la administración pública ha incorporado en sus proyectos de planeamiento dotaciones culturales como museos, centros cívicos y bibliotecas, que funcionan como activadores de determinadas áreas deterioradas de las ciudades. Se trata de crear reacciones positivas en cadena, que permitan comenzar la transformación de las ciudades y que se hagan extensivas, actuaciones positivas que hagan que una ciudad despierte (Lerner, 2003).

A menor escala, las prácticas culturales se han ido instaurando en los procesos de desarrollo, tanto económicos como sociales y en los últimos años se han multiplicado de manera progresiva los eventos de arte urbano organizados por las autoridades públicas. Asimismo, el grafiti ha pasado a ser promocionado mediante destacados festivales de arte callejero, como el *All City Canvas*, en México; *The Cans Festival Tunnel*, en Londres; y el *Callelibre*, en Viena, entre otros. También *Art-mosphere*, cuya primera edición tuvo lugar en Moscú en 2014, siendo la primera bienal rusa que impulsó el desarrollo del grafiti.

Ribalta (1998) destaca que el sentido político y revolucionario permanecerá implícito en el arte cuya intención sea la de ocupar un lugar en el espacio público. Sin embargo, la idea de sustituir el museo por el espacio urbano y hacer que la ciudad se convierta en objeto de contemplación o de consumo cultural puede conducir a convertir la ciudad en un objeto puramente estético o en un espectáculo. "Que la ciudad se convierta en un museo hace que los ciudadanos se conviertan en turistas y que la participación ciudadana se vacíe de sentido político en favor de una experiencia de consumo y entretenimiento. Según esa lógica, las transformaciones urbanas se experimentan como las novedades del mercado cultural. Ya no hay conflictos sociales o políticos en las demoliciones y las reconstrucciones, con sus consiguientes desplazamientos de población, sino una permanente e imparable modernización. [...] La museificación de la ciudad es el síntoma de la lógica de la industria cultural aplicada a los procesos urbanos. La vida civil se pone al servicio de la imagen de la ciudad" (p.168).

En Berlín, los murales que se muestran al aire libre en la *East Side Gallery* fueron producidos en 1990 como consecuencia de un evento que, con la intención de pintar el principal símbolo de la guerra fría, reunió a artistas de diferentes países. El tramo de muro que sirvió de soporte fue preservado y se ha convertido en una de las atracciones turísticas más visitadas de la ciudad (fig.5) (Yan et al., 2019). En este caso los grafitis del muro de Berlín son arte *Site-specific* (fig. 6 y 7) (Kwon, 2004), un arte vinculado al lugar donde se instala y que tiene en consideración las condiciones físicas del espacio como parte integral de la producción y presentación de la obra artística.

No obstante, la institucionalización definitiva del grafiti, en forma de museo, llegó a Berlín con el *Urban Nation*, Museo para el Arte Urbano Contemporáneo, y a Ámsterdam con el museo *ASA, Amsterdam Street Art*.

#### EL SIGNIFICADO Y LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO

El arte ha intervenido y participado, con fines diversos, en la definición de la ciudad. En el contexto del grafiti y del arte mural, uno de los ejemplos más destacados es el mural mexicano, que era un arte promovido para el pueblo y que participó de la reafirmación de su identidad y memoria colectiva. El muralismo reactivó sus luchas e ideales, recuperando la historia y las tradiciones del pueblo mexicano (fig. 8). En otros casos, como en el de los murales de Irlanda del Norte, el grafiti se convirtió en símbolo de todo un período histórico, donde las intervenciones eran declaraciones políticas o pinturas que surgieron con la intención de transmitir un mensaje reivindicativo, consecuencia de conflictos políticos.

La historia de la ciudad es la de su espacio público. Borja y Muxí (2000) sintetizan que el espacio público es, a la vez, un espacio físico, simbólico y político; es decir, es el espacio principal del urbanismo, de la cultura urbana y de la ciudadanía. La ciudad es el ámbito físico de la expresión colectiva y de la diversidad social y cultural.

Por ello, más allá del entorno físico, el espacio público se define sobre un conjunto de significa-

dos que los habitantes de un lugar construyen con su experiencia. La psicología ambiental investiga aquellas relaciones que se establecen entre los espacios y sus habitantes. A través de la acción sobre el entorno, las personas y grupos transforman el espacio y dejan su huella mediante marcas simbólicas. Desde esta perspectiva, los espacios facilitan la experiencia y se construyen como lugares simbólicos de intercambio de significados, a través de la interacción se incorpora el entorno en sus procesos afectivos y cognitivos (Vidal y Pol, 2005).

Así, el simbolismo es una propiedad inherente a la percepción de los espacios, donde el significado puede derivar de las características físico-estructurales, de las prácticas sociales que se desarrollan en él o de las interacciones que se dan entre los habitantes cuando ocupan ese espacio (Valera, 1996). Desde una perspectiva sociocultural, a diferencia de los enfoques cognitivos, se considera que el proceso de aprendizaje tiene su origen en la interacción social, es decir, en la participación activa en interacciones con otros en prácticas comunicativas socialmente construidas (Andrew, 2010).

El aprendizaje situado es una aproximación educativa desarrollada por Lave y Wenger a principios de la década de 1990. Lave argumenta que aprender es una función de la actividad, del contexto y de la cultura en la que ocurre. Los estudiantes construyen su conocimiento a partir de las de las experiencias que le aporta la situación del aprendizaje. Algunos ejemplos de aprendizaje situado serían las prácticas en empresas, donde los estudiantes están inmersos en un ambiente de trabajo real, o las excursiones donde igualmente participan.

Los autores proponen que el aprendizaje es crear significado a partir de las actividades reales de la vida diaria, incorporar la experiencia cotidiana, y crear oportunidades para vivir el aprendizaje en el contexto de los desafíos del mundo real (Lave y Wenger 1991). Frente al aprendizaje tradicional que se produce a partir de experiencias abstractas y fuera de contexto (como a través de libros y conferencias), Lave propone el aprendizaje situado como aquel que se lleva a cabo mediante las relaciones con las personas y conectando con el conocimiento previo. Aprender forma parte de nuestra

cotidianidad, todos pertenecemos a comunidades de prácticas (Wenger, 1998) que surgen de manera oficial o espontánea y que van cambiando a lo largo de nuestra vida. "Situarse el aprendizaje significa colocar el pensamiento y la acción en un lugar y tiempo específicos. Situarse significa involucrar a otros estudiantes, el entorno y las actividades para crear significado." (Stein, 1998).

Junto a estos argumentos, la relación entre la educación y el medio urbano también ha sido investigada desde el campo de la pedagogía, acuñándose términos como *ciudad educativa* y *pedagogía urbana* para referirse a esta relación. Trilla (1997) plantea tres dimensiones a partir de las cuales analizar esta relación: la ciudad como entorno o contenedor de educación (aprender en la ciudad), como fuente o agente educativo (aprender de la ciudad), y como objetivo o contenido de la educación (aprender la ciudad); sin embargo, estas dimensiones se entremezclan, y la ciudad es a la vez entorno, vehículo y contenido de educación. Desde la semiótica de la imagen, y recuperando el grafiti como objeto de análisis, Abraham Moles estudió el lugar que ocupaba el cartel dispuesto en los entornos urbanos en el contexto de la actual civilización de la imagen, cuyas conclusiones podemos hacer extensivas al grafiti. La ciudad como entorno semántico es un paisaje artificial creado por el hombre, un universo de imágenes. Moles calificó de "cultura en mosaico" a estos contenidos dispersos, sin jerarquía en la ciudad, que transmiten una educación informal, y destacó el *afiche*/cartel como uno de los principales canales de la cultura en mosaico.

Moles (1970, pp.25-26) determinó que el cartel se convierte en un elemento y agente cultural, ya que condiciona a sus receptores a ciertos valores, y afirmó: "El cartel es en la sociedad urbana, cuyos muros están llenos de imágenes, uno de los factores más potentes, con los escaparates de las tiendas, de lo que se ha llamado autodidáctica, o sea, autoformación del individuo por la contemplación, a un nivel de actividad extremadamente débil, casi pasiva, pero indefinidamente renovada, de un cierto número de elementos que son elementos de cultura".

## FORMALISMO Y SIGNIFICADO EN DOS PROYECTOS INSTITUCIONALES

Desde el punto de vista de la legalidad del *Street Art*, podemos distinguir dos situaciones. Una ocurre cuando una obra es decisión de un artista y, de manera independiente, interviene en el espacio de la ciudad, donde destaca el enfoque subversivo. La otra es cuando se trata de trabajos bajo encargos o concursos con el respaldo de una institución, pagados con fondos públicos, en los que el contenido, más o menos reivindicativo, es filtrado por la propia institución.

En el primer caso las intervenciones suelen ser en lugares periféricos, poco transitados y con poco control, mientras que en el segundo caso las intervenciones se utilizan como recurso de renovación, con la intención de mejorar la escena urbana (medianeras, cambios de alineación (fig.9), etc.) o con el objetivo de dinamizar determinadas áreas e incluirlas en los itinerarios de la oferta turística de la ciudad. En este sentido, se toma como referencia el rol de la institución desde el estudio de dos convocatorias estatales recientes, que presentan enfoques muy diferenciados: *Embellir Paris* y *Murales Interactivos Mujeres de Ciencia*, lideradas respectivamente por el gobierno francés, en París, y por la *Universitat Politècnica de València*, en València. Los proyectos elegidos en ambas iniciativas han sido desarrollados a lo largo del 2019.

La convocatoria *Embellir Paris* [1] fue lanzada a finales de 2018 por la concejalía de cultura del ayuntamiento de París con la finalidad de poner en valor veinte lugares abandonados de la ciudad, uno por cada distrito. La intención del proyecto, tal y como recogían sus promotores, era convertir París en una galería al aire libre, llevar el arte a la vida cotidiana y contribuir a la reapropiación de esos espacios públicos por parte de sus habitantes. Dicha propuesta, destinada a artistas, arquitectos y diseñadores, no ponía condiciones a los proyectos, ya fuesen estos individuales, de grupos, de estudiantes o de figuras consagradas. La respuesta a *Embellir Paris* se materializó en esculturas, mosaicos, frescos, grafitis, instalaciones... Todo un éxito que, según sus promo-

tores, se basaba tanto en la originalidad de los proyectos presentados como en la diversidad de artistas ganadores. Participaron artistas que iban desde grandes figuras del arte contemporáneo y *Street Art* a artistas noveles.

El grafiti, como arte, se convierte en un escaparate de conflicto en cuestiones culturales, sociales y políticas. "Los muros pintados por Escif [2] cuestionan las luchas actuales, los movimientos de resistencia, las fechorías del capitalismo, los problemas ambientales. [...] Cuestiona constantemente el significado de cada intervención y comprende que un muro pintado ya no es un muro, sino la responsabilidad de participar en la construcción de una sociedad mejor." (Hidalgo, 2019, p.34) (fig. 10).

El arte público tiene como misión significar la ciudad, construir paisajes urbanos, ambientes urbanos, "embellecer la ciudad" y acercar las prácticas artísticas a los ciudadanos. Además, el Arte Público mantiene viva la memoria de los personajes, personas y lugares de la ciudad e, incluso a través de la ausencia de monumentos, permite la crítica social y urbana. (Remesar, 2019).

Sin embargo, si las intervenciones se alejan de estos planteamientos y se potencia únicamente su componente estética, entonces la ciudad se convierte en objeto de contemplación, favoreciendo la experiencia de consumo y el entretenimiento.

En esta dirección, el arte es ampliamente utilizado como instrumento en las dinámicas de renovación urbana. Entre ellas, el *Street Art* ha pasado de ser considerado como una forma de poner en valor los centros históricos y contribuir a la identidad cívica a convertirse en una herramienta más de las dinámicas de festivalización de las ciudades, enmarcándose dentro de los procesos de gentrificación y con una tendencia ascendente a potenciar el turismo cultural.

En cuanto al proyecto *Murales Interactivos Mujeres de Ciencia* [3], está compuesto por un total de ocho murales repartidos por diferentes barrios de la ciudad de València (fig. 11,12 y 13). Por una parte, dichos murales tratan de rendir homenaje a mujeres de referencia en la historia de la ciencia y, por otra, incidir en la lucha por la igualdad de género en este ámbito.

Además de la intervención mural, el proyecto cuenta con la aplicación móvil *Mujeres de ciencia-Dones de ciência- Women of science*. A través de la aplicación, los usuarios pueden descubrir en sus smartphones contenidos audiovisuales vinculados al mural correspondiente y así acceder a la bibliografía y principales hitos de la científica en estudio. A su vez, un test evalúa el conocimiento de cada usuario sobre cada figura. De este modo se favorece la interacción entre los distintos usuarios de un grupo y se asumen como propios los preceptos del aprendizaje situado, capaz de generar significado a partir de las actividades reales de la vida diaria en contextos informales.

## CONCLUSIONES

El espacio público es el espacio de convivencia y de interacción social, pero además es el escenario de aprendizaje de las prácticas sociales dentro de las comunidades culturales, destacando el potencial del arte como eje de comunicación social en el núcleo de una comunidad y como facilitador de la apropiación que se hace de los espacios donde se enmarca. Con independencia de si las intervenciones son comerciales o reivindicativas, los grafitis y artistas urbanos alteran la imagen del espacio y contribuyen a la construcción de una imagen pública. El grafiti no institucional es un medio directo e inmediato de transmisión de mensajes culturales, sociales y políticos, en constante actualización. Sin embargo, el grafiti institucional pierde alguna de las características más representativas del medio, como el anonimato y la ausencia de censura previa. Aunque la institución y el mercado alteran y absorben cualquier intención transformadora del arte, el grafiti sigue siendo un medio de comunicación que participa de la definición de la imagen pública de un entorno y es exponente simbólico de la construcción de un lugar, siendo incluso mayor el alcance y difusión conseguidos por la obra. Desde esa perspectiva, la función de la institución es dar visibilidad y contexto a aquellas prácticas artísticas que se encuentran dentro de los circuitos "comerciales" y que, pese a ello, anali-

zan el mundo y permiten, de modos alternativos, experimentar, percibir y aprender de nuestro entorno. El término *cultura en mosaico* puede hacerse extensivo al grafiti como uno de sus principales canales de comunicación.

Cuando el arte se utiliza como medio de renovación urbana, se potencia el valor formalista y se favorece el espectáculo y el entretenimiento. Sin embargo, más allá de la exclusiva visualidad derivada de la estética, el significado del grafiti obliga a una contextualización teórica. El *Street Art*, en todas aquellas intervenciones en las que se reivindican cuestiones ideológicas, narrativas y de contenido, transforma el espacio público en escenario para las prácticas culturales, resultando un desencadenante potencial para contribuir al aprendizaje situado. Con ello, Los participantes, habitantes, o vecinos, crearán su propio conocimiento a partir de la experiencia y de la interacción con el otro. Situar el aprendizaje en el espacio público significa hacer partícipe a los ciudadanos de la definición de los símbolos que construyen su ciudad.

Volviendo a los orígenes del grafiti, en los que era considerado como un medio de comunicación y de reafirmación, un signo de resistencia cotidiana, con contenidos políticos más o menos reivindicativos y en oposición a todas aquellas intervenciones artísticas que se reducen a un carácter exclusivamente formal, podemos asegurar que el *Street Art* posee un valor educativo inherente.

## NOTAS

[1] El proyecto *Embellir Paris* contó con una primera participación ciudadana como filtro, y del orden de 56.000 parisinos votaron sus propuestas deseadas. Posteriormente un jurado integrado por personas de reconocido nombre en el mundo del arte y la cultura seleccionaron 20 proyectos de entre las 720 propuestas presentadas. *Direction des Affaires Culturelles de la Ville de Paris*. Director del Proyecto: Lucie Marinier; Coordinador: Lucile Ink. Proyecto y seguimiento de producción: Audrey Turpin. Análisis técnico: Emmanuel Burgaud. Interino: Coline Coisne

[2] Escif es un artista callejero con sede en Valencia, España. Escif fue el ganador de dos de los espacios planteados en la convocatoria de *Embellir Paris*. *La ligne blanche, site du mur de l'école keller, 11e arr.* y *Stay nude, site mur rue du pré, 18e arr.*

[3] La *Universitat Politècnica de València* y el centro de innovación *Las Naves* del Ayuntamiento de València, en colaboración con la *Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) - Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades*, desarrolló el proyecto *Murales Interactivos Mujeres de Ciencia*. El proyecto ha sido elegido como el Mejor proyecto del año de divulgación científica por la *Red Nacional de Unidades de Cultura Científica y de la Innovación (UCC+i)*. Directores del proyecto: Isabel Tort Ausina (UPV), Sara Verdú Vila (Las Naves, Ayto. València) y Antonio Pérez Gómez (UPV). Curador del Proyecto pictórico: Joan B. Peiró López (UPV). Coordinación: Anna Melchor Pérez (Las Naves, Ayto Valencia) y Luis Zurano Conches (UPV). Diseño: Yolanda Segura Domingo (UPV).

Los ocho murales: Margarita Salas, bioquímica; Hypatia de Alejandría, astrónoma, matemática y filósofa; Katherine Johnson, matemática y científica espacial; Valentina Tereshkova, la primera mujer que voló al espacio; Anna Lluch, oncóloga referencia en la investigación sobre el cáncer de mama; Josefina Castellví, oceanógrafa especializada en bacteriología marina; Jane Jacobs, periodista y teórica del urbanismo y Hedy Lamarr, ingeniera precursora de la comunicación inalámbrica.

La *Universitat Politècnica de València* ha iniciado la gestión de una segunda edición del proyecto.