

RESUMEN DE TESIS

Maestría en Gestión del Diseño

Introducción

- El arte urbano: Murales como atractivo turístico de los barrios Villa Urquiza, Palermo y Colegiales. 2009-2016
- Johanna Andrea Cuestas Camacho
- Cohorte (Ingresantes en Agosto 2014)
- Colombiana
- Diseñadora Gráfica de la Corporación Unificada de Educación Superior CUN con sede en Ibagué, Tolima (Colombia)

El tema de esta investigación busca evidenciar como el arte urbano, en especial los murales de los barrios de Villa Urquiza, Palermo y Colegiales desde el año 2009 al 2016, se convierten en espacios que permiten la vinculación del turismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; por medio del diseño de políticas públicas, junto con las entidades de tercer sector, Graffitimundo y Buenos Aires Street Art.

Este proceso de transformación ha tenido un conjunto de actores que han permitido consolidar las características graficas de estos murales. Por consiguiente, el objetivo de esta tesis es evidenciar cómo se han desarrollado dichas transformaciones, las cuales permiten analizar las características que convirtieron a los murales en un atractivo turístico presente en los barrios ya mencionados.

Conclusiones

Teniendo en cuenta el documento y las recomendaciones que se pueden evidenciar son escasas las referencias que se hace con respecto al arte urbano, murales; como un atractivo turístico. El arte urbano se ha convertido en un circuito turístico en diferentes ciudades latinoamericanas y esto ha permitido que la gente aprecie el arte a cielo abierto, como se le suele denominar.

Desde este enfoque, el objetivo de esta tesis busca analizar las características que convirtieron a los murales tanto en componentes del arte urbano, como parte del atractivo turístico presente en los barrios mencionados anteriormente. Entre los diferentes tipos de manifestaciones culturales en un contexto urbano es necesario precisar que, para esta tesis, se hace referencia al muralismo y que, para poder analizarlo, es necesario explorar y comprender las definiciones que el *graffiti* ha generado como medio de expresión artística, así como también las diferentes técnicas que definen al mural y como las políticas públicas terminan involucradas en el desarrollo de proyectos para la ciudad, permitiendo al muralismo un espacio de turismo y aprendizaje.

Es en este punto es donde radican los mayores aportes de esta investigación, ya que a través de esta situación el muralismo, es un movimiento artístico que surgió en México a mediados del siglo XX, caracterizado por sus fines políticos sobre su situación en la posrevolución, al hablar del soporte para desarrollar el arte mural, y en el que algunos artistas manifiestan que utilizan la pared para trabajarla e intervenirla en un espacio donde la función es transmitir lo que ellos quieren decir sin pedir permiso y que

la consideran como el soporte de una imagen que luego habla por sí sola. En este sentido, la pintura mural mexicana como expresión artística y política dio una respuesta en la que el arte y la cultura se colocaron al servicio de la sociedad y del gobierno revolucionario.

Dicho proceso de transformación de los barrios en mención también se ha manifestado en otros sectores de la Ciudad como por ejemplo Barracas, San Telmo, Monserrat y Coghlan, donde el ente gubernamental tiene en su página oficial un proyecto en que cual permite hacer un recorrido turístico en donde el muralismo es el factor principal; que permite incorporado al espacio público un lenguaje propio, que es entendido y utilizado también como medio de protesta por parte de algunos ciudadanos y artistas.

Si bien es cierto que el arte mural se realiza sobre muros o fachadas, la pintura mural data de la antigüedad al ser encontrada en cuevas de origen prehistórico, como necesidad de transmitir o de comunicar; esta cambió con el tiempo de manera que, en cada contexto que fue utilizada, tuvo su propia ideología. En un comienzo, en el siglo XVIII, se desarrolló la pintura mural religiosa para los templos o basílicas y luego, con la Revolución mexicana, adoptó un significado político, económico y social. En los siglos XX y XXI, este contexto de arte vuelve a tener otro cambio y se renueva día a día con el objetivo de llegar a más personas.

Desde esta perspectiva y teniendo en cuenta el trabajo que realiza las organizaciones Graffitimundo, BA Street Art junto al proceso de transformación de los murales han intervenido un conjunto de factores tales como las políticas públicas sostenidas desde el conjunto de artistas, quienes realizan las transformaciones sobre la pintura mural en las fachadas de las casas, estos promueven recorridos del arte urbano por los diferentes barrios de la ciudad que favorecen la llegada de los turistas, quienes conocen por medio de estos murales más de la cultura argentina y porteña, al realizar la investigación de acuerdo a cada una de las temáticas acordes al tema de la tesis, se da por concluido que la hipótesis planteada sobre los murales de los barrios ya mencionados se han convertido en uno de los principales atractivos turísticos de arte urbano de CABA. En este proceso de transformación de los murales han intervenido un conjunto de factores tales como las políticas públicas sostenidas desde la fecha 2009 al 2016 y el accionar con las organizaciones de Graffitimundo y Buenos Aires Street Art. Es corroborada y da con toda la investigación propuesta y permite futuras investigaciones.

Recorte temático

El análisis de la diferenciación y constitución del campo se hizo enfatizando sobre el hecho de que esta ciudad, durante los últimos años y de forma ascendente, se ha convertido en una galería de arte a cielo abierto, puesto que los recorridos turísticos han permitido a los visitantes conocer este arte característico de la ciudad. Este también se encuentra, en transformación constante debido a que se trata de un arte provisional, efímero y fugaz; pues los artistas son conscientes de que, a pesar de lograr desarrollar obras muy sorprendentes o bien logradas, estas serán destruidas por las condiciones climatológicas y el paso del tiempo.

Los artistas reforman estos espacios públicos con obras a gran escala en las que se plasman ideas, situaciones, momentos o acontecimientos por los que está pasando la ciudad. En los últimos quince años, las transformaciones que los artistas hacen sobre la pintura mural en las fachadas de las casas, con autorización de sus propietarios y con apoyo de las organizaciones de tercer sector y la Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico, dependiente de la Subsecretaría de Gestión Cultural, ayudan a promover recorridos del arte urbano por los diferentes barrios de la ciudad que favorecen la llegada de los turistas quienes pueden conocer, por medio de estos murales, más de la cultura argentina y porteña.

En esta línea es que esta tesis analiza, bajo la mirada del diseño, cómo este tipo de expresión artística y social ha cobrado un sentido particular y específico con un fin distinto al que tenía en sus inicios. La amplia gama de actividades turísticas que tiene la Buenos Aires se ve enriquecida con estas nuevas formas de expresión.

El horizonte temporal de esta investigación se inicia en 2009 abarcando hasta 2016, período en el que se ve la transformación que ha tenido el arte urbano: murales, en los sectores analizados de la Ciudad. Estos barrios se caracterizan por ser ejes del arte urbano a través de los murales, que muestran representaciones simbólicas y de opinión en las fachadas de las casas que se encuentran disponibles, y es así como las organizaciones de tercer sector Graffitimundo, Buenos Aires BA Street Art junto a la Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico, dependiente de la Subsecretaría de Gestión Cultural le han dado un valor importante en la construcción de la cultura porteña, para que propios y extranjeros disfruten de los circuitos turísticos.

Pregunta Problema

¿Cuáles son los factores que transformaron a los murales en un atractivo turístico de los barrios de Villa Urquiza, Palermo y Colegiales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires?

Recorrido metodológico

El abordaje metodológico planteado para esta tesis es descriptivo y cualitativo, porque permite dar cuenta de cómo ha sido la transformación del arte urbano entre los años 2009 y 2016 a través de los murales. A su vez permite conocer cómo los artistas, junto a las organizaciones de tercer sector y las políticas públicas, han logrado trascender de un concepto político o de expresiones en contra del pensamiento social, hacia murales que representan la cultura porteña, convirtiéndolos en un atractivo turístico que ha permitido, al mismo tiempo, la recuperación del espacio público.

Es así como los artistas y las organizaciones del tercer sector, también conocidas como: Graffitimundo y Buenos Aires (BA) Street Art y la Dirección General de Patrimonio, Museos y Casco Histórico, dependiente de la Subsecretaría de Gestión Cultural, empezaron proyectos en los que el arte urbano no solo estaba dispuesto para los ciudadanos, sino también para los turistas. Comenzaron a realizarse los circuitos turísticos en los cuales podían observarse las intervenciones artísticas sobre las paredes de la ciudad.

Se ahonda en las elecciones metodológicas que se han considerado para la presente tesis. Las técnicas han sido las entrevistas en profundidad a artistas, guías turísticos y demás promotores del arte urbano que integran las organizaciones de Graffitimundo y Buenos Aires (BA) Street Art. La organización de Graffitimundo impulsa el arte urbano no solo en CABA, sino en toda la Argentina. Fue un proyecto que nació alrededor del año 2009, con la necesidad y el objetivo de impulsar el arte local, mediante la elaboración de un tour que permitiera mostrar la escena del arte urbano en Buenos Aires. El objetivo de esta organización es el de "conectar a las personas con el arte y sus creadores, resaltando las particularidades de un contexto único en el mundo". (Graffitimundo, 2015). Buenos Aires (BA) Street Art tiene como misión la difusión de las obras de los artistas entre el público; es una organización que genera proyectos para pintar murales en la capital argentina y tiene un blog en el cual documenta todos los proyectos que realiza; aparte de ser una organización que impulsa el arte urbano con tours, también apoya a los artistas locales e internacionales. Publicaron un libro donde documentan todos los murales que se han realizado en la ciudad. Asimismo, mediante la técnica de observación, se analizan los circuitos turísticos realizados en los barrios seleccionados. Por lo anterior, se evidencia el análisis respectivo mediante las variables establecidas para dicho trabajo de campo.

Desarrollo de la investigación

Se presentan como casos de estudio a Graffitimundo y Buenos Aires Street Art, organizaciones del tercer sector pioneras en incentivar el arte urbano como un atractivo turístico en la ciudad. Ambas se encuentran ubicadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, factor que permitió la facilidad en la recolección de datos.

A continuación, se presenta una breve reseña del surgimiento y actividades que realizan cada una de estas organizaciones.

Planificación de técnica metodológica. Entrevistas en profundidad.

Se realizaron entrevistas a los coordinadores de la Organizaciones, artistas urbanos y guías turísticos de las organizaciones, de igual manera se le realizó una entrevista a funcionaria de políticas públicas del gobierno de la ciudad. Para llevar a cabo las entrevistas se emplearon preguntas abiertas inicialmente, y posteriormente, se plantearon otras que surgieron de las mismas respuestas o del diálogo establecido con los entrevistados.

Unidad de análisis #1. Coordinadores y funcionaria del gobierno de la ciudad. Ellos tienen experiencia en gestión cultural y son los encargados de poner en contacto a la cultura con la sociedad, a través de la creación de programas y proyectos para promover el arte urbano por medio de los murales en el sector turismo y, a su vez, dar a conocer a los artistas locales e internacionales.

Unidad de análisis #2. Los guías se encargan de hacer el circuito turístico por los sitios donde se encuentran expuestos los murales en estos barrios. Ellos están en contacto directo con los turistas, son los encargados de comunicar y de mostrar las representaciones artísticas

plasmadas en los muros. En este sentido, el guía turístico es un eje entre el artista y las personas interesadas en conocer las obras.

Unidad de análisis #3. Martín Ron, artista urbano argentino más reconocido a nivel mundial y los artistas “La Loica Intervenciones” es un colectivo de artistas chilenos.

Variables, indicadores o elementos en los que se indagaron

Las siguientes variables o indicadores se aplican de manera colectiva, es decir para todos los informantes clave:

- A. Opiniones acerca de cómo los turistas perciben los murales en CABA.
- B. Consideraciones acerca de la importancia en la promoción y la difusión de los murales por medio de las organizaciones.
- C. Opiniones acerca de las experiencias y conceptos particulares del artista plasmados en el mural y su relación con el diseño.
- D. Consideraciones acerca de las dimensiones que tienen los murales como atractivo turístico plasmados en los barrios de la ciudad.

Objetivos de la técnica metodológica implementada.

Objetivo General:

Analizar cómo los murales toman importancia en la promoción y difusión como atractivo turístico, en las experiencias y conceptos que los artistas dejan plasmados en los barrios de Villa Urquiza, Colegiales y Palermo.

Objetivos Específicos:

1. Analizar los propósitos particulares que tienen las organizaciones Graffitimundo y B.A Street Art.
2. Analizar las impresiones que generan los murales de los barrios de Villa Urquiza, Colegiales y Palermo.
3. Indagar con los guías acerca de las experiencias y conceptos que quieren transmitir los artistas y cómo los turistas ven estas obras.

Planificación de técnica metodológica. Técnica de recolección de datos: Observación

Esta herramienta metodológica, permitirá analizar directamente el trabajo de los actores involucrados, artistas y guías; directamente desde un circuito turístico más allá de la información suministrada por las organizaciones. La técnica se llevó a cabo en los barrios seleccionados, teniendo en cuenta los circuitos y la programación de Graffitimundo y BA Street Art, quienes se encargan de promocionar este arte. Para ello se diseñó una hoja de observación, que relaciona las variables que se indagarán, mediante las opiniones acerca de las obras de los guías y de los turistas durante el desarrollo de las visitas, las descripciones, la estructura, las dimensiones, los colores, la ubicación y la interacción con estas.

Unidad de análisis #1: Murales de los barrios de Palermo, Villa Urquiza y Colegiales

Justificación: Muestreo: Tres barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Murales del barrio de Palermo.

Murales del barrio de Villa Urquiza.

Murales del barrio de Colegiales.

Se seleccionan los barrios ya mencionados porque entre los años 2009 y 2016, estos han pasado de ser estrictamente residenciales a convertirse en referentes relacionados con los circuitos turísticos de las organizaciones seleccionadas en los casos de estudio para esta investigación. Actualmente, y gracias a las intervenciones artísticas y propuestas de las organizaciones para dar a conocer este arte, los barrios en mención tienen otra mirada en la cual se puede observar libremente el trabajo de artistas argentinos e internacionales.

Variables, indicadores o elementos en los que se indagaron

Las variables a analizar con la herramienta metodológica de observación simple son:

- A. Saber por medio de los guías turísticos de las organizaciones Graffitimundo y BA Street Art, si lo que los artistas plasman, logra ser percibido por los turistas que participan de estos circuitos.
- B. Indagar por qué calles de los diferentes barrios anteriormente mencionados, se lleva a cabo los circuitos turísticos y que obras se muestran en este (nombre, fecha de la realización, artista y técnica).

Objetivos de la técnica metodológica implementada.

Objetivo General

Analizar cómo las organizaciones, por medio de los guías turísticos y de los artistas, establecen los circuitos turísticos para poder dar a conocer las expresiones artísticas de los murales que se plasman en los barrios de la ciudad.

Objetivos Específicos

1. Conocer la manera en que los performances turísticos hacen hincapié en la praxis de los guías, artistas y de manera subyacente con los turistas.
2. Conocer los recorridos que los guías emplean para orientar a los turistas que llegan a la ciudad para conocer más sobre este arte.
3. Indagar acerca de las apreciaciones sobre el resultado de los murales y el circuito turístico.

Fichas del instrumento utilizado

Se observaron dos circuitos turísticos. Uno de la organización Graffitimundo y otro de Buenos Aires Street Art. Mediante las tablas que se presentan a continuación se detallan los datos encontrados: posteriormente, se presentará el análisis respectivo.

Análisis e interpretación de resultados

Al momento de implementar el instrumento de metodología de observación, se logró observar cómo los turistas asisten a este circuito turístico y se ve la participación en este evento en donde la interacción del turista con el guía se logra ver el interés que expresan estos al momento de ver una obra y cómo logran relacionarse con ella. Con este análisis se logra llegar al objetivo que se tenía en el segundo instrumento metodológico, de analizar cómo las organizaciones, por medio de los guías turísticos y de los artistas, organizan los circuitos turísticos para poder dar a conocer las expresiones artísticas de los murales que se plasman en los barrios de la ciudad.

Marco teórico

Se seleccionaron ciertos autores los cuales han publicado teorías de sus estudios donde trabajan las manifestaciones artísticas desde un punto de vista antropológico y a través del imaginario urbano, la reapropiación y la construcción colectiva y estética del espacio público. Para ello se

abordarán conceptos que estudian la antropología desde la ciudad para dar cuenta de cómo esta fue cambiando con las intervenciones que realizan los artistas por medio de los murales.

Por otra parte, se busca evidenciar la manera en que este arte se apropió del espacio público y cómo ha sido su transición hasta convertirse en una obra integrada a un circuito turístico. Esto hace referencia particular a como las producciones de los artistas están ligadas al diseño gráfico y como con el arte se conforma un discurso específico por lo que están inmersos en el ámbito social y se liga a un momento histórico.

Y para finalizar se presenta al muralismo latinoamericano. En este sentido se hace mención a las principales reseñas y exponentes de este arte en Argentina; como también se aborda el concepto de las políticas públicas, recursos turísticos y el muralismo en espacios públicos.

Aportes al campo del conocimiento

El aporte de la tesis al campo disciplinar, consiste en dar cuenta de cómo el diseño de políticas públicas, junto con las entidades de tercer sector intervienen en el proceso de transformación de los murales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; convirtiéndolos en uno de los principales atractivos turísticos. En esta evolución los artistas involucran el arte y el diseño.

Cierre

Es increíble ver cómo tus sueños, tus metas y todo lo que deseas se va logrando paso a paso. Mi primer agradecimiento es para los docentes de maestría por las enseñanzas, las herramientas y por cada aprendizaje que obtuve de ellos.

También y no menos importante a las organizaciones Graffitimundo y BA Street Art por los tours de los cuales me

hicieron participar para poder desarrollar mi trabajo de campo.

Agradezco a Marina Matarrese, por el apoyo tanto académicamente como emocionalmente, aparte de ser una gran docente es un gran ser humano. Finalmente, agradezco a la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, en especial a Fabiola Knop Coordinadora de Publicaciones Académicas por su permanente asesoramiento y orientación en todo lo relacionado con la maestría.

ANEXOS

1) Presentaciones previas de la Tesis en proceso

Los avances del proyecto fueron presentados en los siguientes Foros de Investigación de Posgrado de la Universidad de Palermo comenzando por la última presentación

- Foro 2: Presentación del Avance de la Tesis (Mayo, 2015)
- Foro 1: Presentación del Proyecto de Tesis (Mayo, 2016)

2) Publicaciones previas de la Tesis en proceso

Los avances del proyecto fueron publicados en los siguientes títulos, comenzando por la última publicación.

- Cuestas Camacho, J. (2015) El Arte Callejero como una estrategia de marketing turístico para la ciudad de Buenos Aires del 2008 al 2012. En *Escritos en la Facultad N°106*, pág. 20. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- Cuestas Camacho, J. (2016) El Arte Urbano un atractivo turístico para la ciudad de Buenos Aires del 2008 al 2012. En *Escritos en la Facultad N°117*, pág. 25,26. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfaro, M. (2006). *Comunicación Urbana*. [Archivo PDF]. Argentina, Universidad Abierta Interamericana.

Alsina Franch, J. (1982). *Arte y antropología*. Madrid: Alianza.

Arteaga Cabrera, W. y Valencia Quiroga, J. (2015). *Mural conmemorativo homenaje al libertador Simón Bolívar pintura mural*. [Archivo PDF]. Universidad tecnológica de Pereira, Colombia. Facultad de bellas artes y humanidades.

Augé, M. (1992). *Los nos lugares, Espacios del anonimato, una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz.

Betta, L. (4 de abril de 2006). Tucumán Arde. *Interlink Headline News* (4082). Recuperado de <https://tucumanarde.wordpress.com/historia/> Argentina.

Bombini, G., Floyd, I. y Kozak, C. (1990). *Las Paredes limpias no dicen Nada*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Quirquincho.

Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Bourriaud, N. (2006). *Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.

Bragassi, H. (2010). *El Muralismo en Chile: Una Experiencia Histórica para el Chile del Bicentenario* [Archivo PDF]. Recuperado de http://www.memoriachilena.cl/602/articulos-123178_recurso_2.pdf

- Calvera, A. (2005). *Arte ¿? Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: Gustavo Gili Editores.
- Camargo Silva, A. (2007). *El Graffiti: una manifestación urbana que se legitima*. [Archivo PDF]. Universidad de Palermo.
- Cambariere, L. (2008). La Chispa Pintada. *Revista Barzón* (6), 41-48.
- Carvajal, D. (2010). *El Arte y la Recuperación de los Espacios Urbanos de encuentro Social*. [Archivo PDF]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/3706>
- Domínguez de Nakayama, L. (1991). Relevamiento turístico: *propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial*. Córdoba: ISBN: 950-43-2460-6
- Dumas, P. (Octubre de 2012). Pintar las ciudades. *Ámbito Premium* (46). Recuperado de <http://biblio.palermo.edu/EOSWebOPAC/OPAC/Details/Record.aspx?BibCode=49626793>
- Eco, U. (1970). La definición del arte. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, S. A.
- Ezquiaga, M. (2015). *Todo lo que necesitas saber sobre Arte Argentino*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Gabbay, C. (2013). El fenómeno posgraffiti en Buenos Aires - The Phenomenon of Postgraffiti in Buenos Aires. *AISTHESIS* (54), 123-146. Recuperado de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-71812013000200007
- Gándara, L. (2002). Letras y Espacios de Poder. El graffiti en espacios institucionales. *Dialnet*. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3164799>
- García, J. (2005). Dirección General del Patrimonio DGPAT (2005)
- García Canclini, Néstor. (1997). *Imaginario Urbano*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- García Silberman, A. (1970). «Clasificación de los recursos turísticos». México: Boletín del Instituto de Geografía, vol. III.
- Garmendia, J. (2015). Dos recorridos para conocer el desarrollo del arte urbano en la Ciudad. *Télam*. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201511/128304-ciudad-turismo-visitas-guiadas-arte-urbano.html>
- Harvey, D. (2013). *Ciudades Rebeldes del derecho de la Ciudad a la revolución Urbana*. Madrid: Akal.
- Hegel, G. (1989). *Lecciones de estética*. Madrid: Akal.
- Heidegger, M. (2000). *La voluntad de poder como arte* (Juan Luis Verma, trad.). Barcelona: Destino.
- Herrera, M. y Olaya, V. (2011). Ciudades tatuadas: arte callejero, política y memorias visuales. *Nómadas* (35). 99-116. Universidad Central Bogotá, Colombia. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/1051/105122653007.pdf
- Jameson, F. (1991). *Ensayos sobre el Posmodernismo como Lógica cultural del capitalismo tardío*. Buenos Aires: Imago Mundi Ediciones.
- Jaque, J. y Derosas, F. (2014). Muralismo en Chile: de la clandestinidad a las grandes alamedas. *La tercera*. Recuperado de <http://www.latercera.com/noticia/muralismo-en-chile-de-la-clandestinidad-a-las-grandes-alamedas/>
- Jelin, E. (2002). *Los trabajos de la memoria*. Madrid: Editores Siglo XXI.
- Kollmann, R. (2005). Lo que quedó del país del que se vayan todos. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-60654-2005-12-18.html>
- Kozak, C. (1990). *Las Paredes limpias no dicen Nada*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Quirquincho.
- Le Goff, J. (1991). El orden de la memoria. España: Paidós.
- Longoni, A. y Bruzzone, G. (2008). *El siluetazo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Meygide, R. (2005). *Arte ¿? Diseño. Diseño y arte: materia de reconocimiento*. En Calvera Anna (Ed). Barcelona: Gustavo Gili Editores.
- Mihal, I. Y Britos, M. (2008). *Arte Público: una forma de pensar lo público, el arte y la gestión*. Boletín Gestión Cultural. ISSN:1697-073X.

- Muller, P. (2005). *Las Políticas Públicas*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Muniesa Vallespin, A. (2014). *El espacio mural*. España: Diseño Editorial.
- Otermin, J. (Octubre de 2012). Paredes que gritan. *Ámbito Premium* (46). Recuperado de <http://biblio.palermo.edu/EOSWebOPAC/OPAC/Details/Record.aspx?IndexCode=15&TaskCode=1490367&HitCount=2&CollectionCode=2&SortDirection=Ascending&CurrentPage=1&CurrentLinkCode=MAIN|49626793|1|8595470&SelectionType=0&SearchType=1&BibCode=MAIN|49626793|1|8595470>
- Pérez Aspirilla, E. (2012). El Arte sale a la calle. *Arte y ciudad*. (2) 17-34. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=El+Arte+sale+a+la+calle
- Rosas Heimpel, C. (Abril de 2013). La reivindicación de la ciudad por el arte urbano. *Arte y ciudad* (3). Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Recuperado de www.arteyciudad.com
- Sánchez Pech, M. (2015). El caso de los muralistas mexicanos y su impacto en la sociedad actual yucateca. *Movimientos artísticos en el México del siglo XX*. Recuperado de [www.academia.edu/22234674/Movimientos artísticos en Mexico del siglo XX](http://www.academia.edu/22234674/Movimientos_artisticos_en_Mexico_del_siglo_XX)
- Saúl, E. (1972). *Pintura social en Chile*. Santiago, Chile: Editorial Quimantú.
- Schechner, R. (2000). *Performance: teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Rojas.
- Serebriani, F. y Yael, M. (2007). *El arte urbano en relación con la crisis del 2001*. [Archivo PDF]. http://biblio.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/28_libro.pdf
- Soto, M. y Rebollo, M. (2012) Arte Callejero. *Premium Ámbito*. 22-51. Recuperado de <http://biblio.palermo.edu/EOSWebOPAC/OPAC/Details/Record.aspx?IndexCode=15&TaskCode=1454931&HitCount=7&CollectionCode=2&SortDirection=Ascending&CurrentPage=1&CurrentLinkCode=MAIN|68388037|1|8446447&SelectionType=0&SearchType=1&BibCode=MAIN|49626793|3|8446449>
- Subirats, J. Knoepfel, P. Larrue, C. y Varone, F. (2008) *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Traba, M. (1994). Arte de América Latina: 1900-1980. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Tucker, F. y Zauith, G. (2010). *Textura Dos: Buenos Aires Street Art*. Buenos Aires: Mark Batty Publisher.