

# Cachaco.

*Diana Catalina Reyes Avellaneda*

*Proyecto de grado dirigido por:*

*Andrés Ricardo Novoa Montoya*

*Profesional en Publicidad, Magíster en Diseño de la Universidad de Palermo en Buenos Aires Argentina y en Semiótica de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Doctor en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es profesor de la Universidad Jorge Tadeo Lozano en el Programa de Publicidad y Director General del Congreso Académico Internacional de Publicidad TAD.*

*Temas claves: Creatividad, innovación, diseño, construcción de marca, lenguajes urbanos, semiótica.*

*Facultad de Ciencias Sociales*

*Maestría en Gestión y Producción Cultural y Audiovisual*

*Universidad Jorge Tadeo Lozano*

*2019*

*Bogotá*

*Cachaco.*

**“COLECTIVO CACHACO EN LA LOCALIDAD DE ENGATIVA”  
“CÓMO EL GRAFFITI CONSTRUYE SOCIEDAD  
EN TIEMPOS MODERNOS”**

**RESUMEN**

*Cachaco es una iniciativa en la que se pretende utilizar el arte urbano como herramienta para fomentar la apropiación del territorio y la identidad colectiva, así como la importancia de resignificar espacios en abandono. En este sentido, este artículo se centra en explicar la forma y los procesos en los que se ha llevado a cabo este arte para fortalecer y potenciar las prácticas urbanas, través de la realización de intervenciones gráficas en la ciudad. De igual manera, se orienta en contar historias y promover experiencias culturales, brindando escenarios de interacción para artistas emergentes y desestigmatizar perspectivas respecto a expresiones urbanas definidas como incultas o vandálicas.*

**Palabras clave.** *Cachaco, apropiación, resignificar, prácticas urbanas, graffiti.*

**ABSTRACT**

*Cachaco is an initiative in which it is intended to use urban art as a tool to promote the appropriation of the territory and the collective identity, as well as the importance of resignifying abandoned spaces. In this sense, this article focuses on explaining the form and processes in which this art has been carried out to strengthen and enhance urban practices, through graphic interventions in the city. Likewise, it is oriented to tell stories and promote cultural experiences, providing interaction scenarios for emerging artists and de-stigmatizing perspectives regarding urban expressions defined as uncultivated or*

*vandalism. Keywords. Cachaco. appropriation, resignify, urban practices, graffiti.*



**CULTURA, GRAFFITI Y CIUDAD**

## INTRODUCCIÓN

Cachaco, es una iniciativa de arte urbano que emerge de los recorridos cotidianos y frecuentes en la Ciudad de Bogotá, en los que se logró evidenciar, zonas utilizadas como vertederos de basura y desolación, lo cual, muestra el menoscabo cultural y la falta de pertenecía ciudadana de los habitantes de la zona. Esta percepción permitió vislumbrar en los espacios visitados, llevar a cabo una práctica llena de colores en las paredes, donde se cuenten historias, mediante la técnica de graffiti.

Cabe acotar, que dicha idea logra llenar de ensoñación, por el hecho de aprovechar esta forma artística para dejar un mensaje en la ciudad que pueda aportar de diversas índoles en desarrollo cultural del colombiano.

Atendiendo a lo anterior, se hace necesario citar una artista urbana ecuatoriana, Pink (1970), quien afirma que, los graffiti son expresiones artísticas humorísticas o críticas que se escriben y dibujan generalmente en los muros públicos de los espacios urbanos, además que plasman inscripciones o pinturas de contenido a veces grotesco, a veces rayando la ironía, que reflejan normalmente la ideología popular y realidad social del momento.

Continuando con la idea expresada, el graffiti es una modalidad artística de pintura libre, que generalmente es anónima y se destaca por su ilegalidad, debido a que implica pintadas no autorizadas sobre las paredes de los muros urbanos. En función a esto, se podría afirmar lo que expresa Maffesoli (1994), quienes hacen graffiti provienen de todas las tribus y todos los niveles económicos que forman la ciudad. Sus

prácticas y sus representaciones parten de la misma base individual y se desarrollan en dirección múltiple.

Por lo anterior, surge una pregunta: ¿Cómo podríamos conocer una ciudad a fondo, visitando los lugares turísticos o llegando a las diferentes expresiones culturales y artísticas de sus habitantes?, a esto respondería que el alma de una ciudad está en cada barrio, en cada localidad, en cada rincón y en la esencia artística y cultural que se esconde en cada rincón de la misma, es por eso que se pretende explorar la importancia de la ciudad y sus barrios en la vida de los seres humanos mediante la cultura y el arte.

Indudablemente que, enfatizando especialmente en la expresión artística del graffiti, está implícita, su trascendental relevancia. En torno a esto, Candía y Rodríguez (2011) comentan la frase de texto graffiti como manifestación de disidencia en América Latina, en donde los autores exponen que: “la realidad material y simbólica de la ciudad, ya que se inserta en el flujo de discursos imaginarios que contribuyen a crear la identidad de ésta”. (p.5).



Foto: Andrés Novoa

Ahora bien, desde la percepción personal el graffiti es una identidad con discursos imaginarios, en los que se pueden expresar sentimientos o necesidades de una persona o la sociedad, o como coloquialmente se dice “una imagen dice más que mil palabras”. Considerando este contexto, Bogotá en la actualidad, se reconoce como una ciudad que los extranjeros identifican mediante sus dibujos y vivos colores, lo cual la convierte en un destino turístico, representativo por las expresiones de los jóvenes capitalinos, sumado a esto se ha ido transformando la ciudad en una amplia galería de arte; demostrando esto, que los graffitis han evolucionado de ser un movimiento clandestino, relacionado con el vandalismo y las pandillas para ser una expresión social.

### La esencia de tener estilo propio

La palabra Cachaco generalmente es usada para identificar y denominar a las personas nacidas en Bogotá y con padres nacidos en la misma. También se ha convertido en algo significativo para los Bogotanos puesto que la palabra se ha arraigado en una serie de comportamientos culturales, alguno de ellos expresados en las líneas del texto *Imaginario Urbanos*, en el que su autor Silva (2006) manifiesta “puede entenderse más que por definición, por mostrar sus virtudes: Chistes escogidos, ocurrencias afortunadas, elegancia en el vestir, maneras finas, aventuras galantes, todas y algunas de estas cualidades forman la esencia y son las credenciales de este tipo original” ( p. 12).

Dicha descripción es compartida con el autor referido, porque con sus palabras expresa de manera acertada, en cómo se destacan los Bogotanos



Foto: Andrés Novoa

Lo interesante de ello, es que en la actualidad ese tipo de personaje idealizado no existe se ha convertido en un imaginario que con el tiempo desapareció y a raíz de esta reflexión respecto al texto surge la iniciativa de identificar este proyecto con el nombre de **Cachaco**, debido a que las personas suelen aferrarse al ideal de lo que quiere y como bien lo expresa Silva (2006): “el valor de cuyas características es el valor del mito: modelo ejemplar de un comportamiento, que hace alusión especial a los orígenes de un hecho humano” (p.25).

El desarrollo ideático que se ha desarrollado, desde los párrafos precedentes, remota a la niñez de las personas, que nacen y crecen en una familia de costumbres cachacas en donde predominaban la elegancia y hábitos de sus ancestros, por ello los bogotanos se

enorgullecen indescriptible de su ciudad, resultado del amor tan grande que por Bogotá y sus costumbres.

Con base en ello, definir *Cachaco*, como el nombre que identifique este proyecto, es asociarlo con la esencia de tener estilo propio, es querer generar en las personas esa empatía tanto por la ciudad, como por sus habitantes. En definitiva, es poder mostrar mensajes que reflejen ese ideal de lo que representa ser cachaco vinculado con la realidad del mismo.

Cabe acotar, que a lo largo de estos 22 años de vida y como joven de un estrato socio económico medio, se ha podido evidenciar que hay prácticas que, si bien han logrado evolucionar y son parte importante de la cotidianidad, no son apreciadas por algunos en la sociedad, sin embargo, son parte de la identidad y forma de expresión de muchos jóvenes capitalinos, una muestra de ello es el graffiti. De aquí la importancia de utilizarlo con el propósito para fortalecer esta práctica una forma artística plasmada, tanto en las paredes o muros de la ciudad como en la mente de las personas y al mismo tiempo apoyar a los artistas que los realizan.

Retomando el uso de la expresión *Cachaco*, de manera simbólica para esta iniciativa fue acertado como nombre para el proyecto, justificada en la forma en la que se interpretó y en lo concebido con respecto a lo que se quería expresar y despertar para y por las personas, con bases en el romanticismo idealista y sobre todo para reforzar el sentido de pertenencia, mediante el fortalecimiento de los lazos que deben tener los ciudadanos por el lugar en el que viven y definir la palabra más que como un gentilicio, como el ideal de lo que representa un movimiento que promueve la cultura y comportamientos

de los capitalinos a tal punto de convertirse en una expresión que identifica la esencia de este proyecto.

---

### **Cultura como herramienta para las expresiones urbanas.**

Comprender la definición de cultura en este artículo es parte fundamental, puesto que ella estructura aquellas expresiones juveniles. En cuanto a su origen etimológico, proviene del verbo latino *colere*, que significa cultivo, cuidado. Es decir, una acción donde se potencializa a alguien o algo para hacerlo florecer.



Foto: Cribs

Por otra parte, la definición de cultura expuesta en el texto *Cuadernos Del Pensamiento Crítico Latinoamericano-Cultura y Democracia*, la autora Chauí ( s.f.) comenta la manera como la cultura con el tiempo y los sucesos de Occidente, causaron una quebrantamiento, lo que conllevó a cambio que se presentaron con la

filosofía de la ilustración, es entonces cuando el termino cultura reaparece, como un semejante o un equivalente de la civilización, es en este momento que la cultura empieza a ser parte de una unión de costumbres que van dando paso a la importancia y a un desarrollo en las administraciones urbanas, conformadas por posiciones valorativas.

Es así como los pensamientos de cultura fueron encajando como oportunidades, con constantes, evidentes y directos cambios, transformando la cultura a una forma más desarrollada, evaluando el desarrollo presente por culturas y evaluando culturas por los contenidos de lo desarrollado.

Partiendo de esto, se logra evidenciar como con el tiempo las personas muestran y traspasa su cultura al mismo tiempo que se adaptan a los cambios que se van generando por evolución sociocultural, lo cual refuerza su cultura, la potencia, Desde esta percepción, se considera que la cultura y el progreso de las civilizaciones van de la mano, están entrelazadas, una depende de la otra, causando o haciendo parte de una variante de comportamientos presentes entre las personas, las comunidades y la cultura propiamente dicha, tan es así que (Caillois, 2017) lo plasma de una manera muy clara al exponer:

La cultura toma de nuevo fuerza según Chauvi en el siglo XIX cuando se constituye la ciencia de la antropología, que ofrece al mundo el estudio de los seres humanos a través de las manifestaciones sociales y culturales para de esta forma categorizar y caracterizar a una comunidad específica.

También que, debido a los aportes de antropólogos europeos, ahora la cultura es entendida como la producción y creación del lenguaje, de la religión, de la sexualidad, de los instrumentos y de las formas del trabajo, etc.

La cultura pasa a ser comprendida como el campo en el cual los sujetos humanos elaboran símbolos y signos, instituyen las prácticas y valores, definen para sí mismos lo posible y lo

imposible, el sentido de la línea de tiempo, las diferencias al interior del espacio, valores como lo verdadero y lo falso, lo bello y lo feo, lo justo y lo injusto, instauran la idea de ley, y por lo tanto, de lo permitido y de lo prohibido (p. 8).



Foto: HEF

La definición citada anteriormente, ahonda de manera profunda y clara, los aportes que otorga la cultura, así como la importancia que ésta tiene para la civilización, dando a entender que la misma, se practica por un conjunto de personas, lo que la hacen tener un valor más representativo como parte. En torno a esto, si bien la cultura se considera como algo que abarca y toca cada ser de la sociedad, existen quienes lo ven de forma negativa o simplemente como lo expresa en el libro *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*, donde su autor Harris (1979) expone, que:

El único ingrediente fidedigno que contienen las definiciones antropológicas de la cultura es de tipo negativo: la cultura no es lo que se obtiene estudiando a Shakespeare, escuchando música clásica o asistiendo a clases de historia del arte. Más allá de esta negación impera la confusión. Para algunos antropólogos, la cultura consiste en los valores, motivaciones, normas y contenidos ético-morales dominantes en un sistema social. Para otros, la cultura abarca no sólo los valores y las ideas, sino todo el conjunto de instituciones por las que se rigen los hombres.

Algunos antropólogos consideran que la cultura consiste exclusivamente en los modos de pensamiento comportamiento aprendidos, mientras que otros atribuyen mayor importancia a las influencias genéticas en el repertorio de los rasgos culturales. Por último, unos opinan que la cultura consiste exclusivamente en pensamientos e ideas, mientras que otros defienden que consta tanto de los pensamientos e ideas como de las actividades ajenas a los mismos. (p. 6).



Foto: Cribs

En este sentido, es importante resaltar que este proyecto está alineado a la postura del autor precitado, por el hecho de concebir la cultura “es lo que hemos aprendido en nuestra socialización y educación como integrantes de una comunidad, en la cual se incluyen el pensamiento y el comportamiento.” (p. 18).

A partir de esta cita, se puede comprender como, la cultura es la herramienta que todo ser humano debe tener para poder opinar y soñar sobre la vida y todo lo que la rodea, no hay que olvidar que la ignorancia es el instrumento del tirano, por lo tanto, la cultura es la herramienta que toda persona debería tener para poder caminar por la vida de una forma más eficaz y contrarrestar esas posibles tiranías, que hacen parte en cada cultura.

Continuando con el hilo de ideas que se ha venido hilvanando en torno a la cultura, es propicio citar a Giménez (1999) que expone tres dimensiones de la cultura e indica que:

Resulta útil distinguir tres dimensiones analíticas en la masa de los hechos culturales: la cultura como comunicación (es decir, como conjunto de sistemas de símbolos, signos, emblemas y señales, entre los que se incluyen, además de la lengua, el hábitat, la alimentación, el vestido, etc., considerados no bajo su aspecto funcional, sino como sistemas semióticos); la cultura como stock de conocimientos (no solo la ciencia, sino también otros modos de conocimiento como las creencias, la intuición, la contemplación, el conocimiento práctico del sentido común, etc.); y la cultura como visión del mundo (donde se incluyen las religiones, las filosofías, las ideologías y, en general, toda reflexión sobre "totalidades" que implican un sistema de valores y, por lo mismo, dan sentido a la acción y permiten interpretar el mundo). (p. 26).

Las definiciones enunciadas, coinciden con la visión de *Cachaco*, en el sentido de que el proyecto aspira ser una expresión de lo cotidiano en la ciudad, mediante la implementación de una expresión artística de auge en la actualidad, como lo es el graffiti, que es un conjunto de representaciones gráficas, que generan cambios, utilizados como una intervención social, a través de la realización de murales que formarían parte del entorno en cualquier rincón.

## Ciudad

Para el diccionario de la Real Academia de Lengua Española (DRAE,201) es un “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (p.3).



Foto: Catalina Reyes Carrera séptima con calle 48.

Cada ciudad tiene su propio estilo, al aceptar que la relación entre cosa física, la ciudad, vida social, su uso, y representación, sus escrituras, van parejas, una llamando a lo otra y viceversa, entonces se puede concluir que en una ciudad y lo físico produce efectos en lo simbólico, sus escrituras y representaciones. Y de acuerdo con Silva (2006) “las representaciones que se hagan de la urbe, de la misma manera, afectan y guían su uso social y modifican la concepción del espacio” (p.13).

Como bien se conoce, en un contexto histórico, los seres humanos en la antigüedad fueron nómadas hasta que surgieron las ciudades, enclaves urbanos, que cambiaron la forma de organización no solo de las personas, sino también del poder y la economía. Es así como a través de los siglos, los planeamientos urbanos se han ido modificando, de acuerdo con el desarrollo de la arquitectura, ingenierías y tecnología, incluso de las realidades que se viven. Sin embargo, lo que no ha cambiado es la eterna división entre los barrios pobres y las zonas de ricos, estas delimitaciones de ladrillo aún continúan expresando en las ciudades la evidente desigualdad social, que en países como Colombia existen, solo por mencionar como ejemplo Cartagena, que dentro de la ciudad amurallada se evidencia la abundancia que ofrece la buena economía que da el turismo y los habitantes adinerados, pero que fuera de esa muralla no se extiende la riqueza hacia esos barrios considerados marginales, donde sus habitantes luchan diariamente por sobrevivir.



Foto: Andrés Novoa

Por consiguiente, cabría preguntarse, ¿Será que la ciudad pasó de ser un espacio físico de casas y edificios? a convertirse como dice el libro, *La Ciudad Vista*, cuyo autor Sarlo (2019) refiere que, en una ciudad que existe en los discursos tanto como en sus espacios materiales, y así como la voluntad de ciudad la convirtió en un lugar

deseable, el miedo a la ciudad puede volverla un desierto donde la desconfianza prevalezca sobre la libertad. La ciudad se parte y de su utopía universalista se arrancan pedazos que unos consideran extraídos porque justamente allí están los otros.

Esos otros que llegaron con las masas, esas masas urbanas que en Colombia se identifican con la pobreza y el desplazamiento. Como en el ejemplo anteriormente citado de Cartagena y que en las grandes ciudades forman sus propias comunidades en zonas periféricas donde muchas veces el arte como el graffiti y el Hip Hop son sus más importantes expresiones de comunicación y rechazo hacia ese otro mundo lleno de riqueza e indiferencia.



Foto: Andrés Novoa

Las masas urbanas han sido periféricas y siguen siendo periféricas respecto a la cultura letrada, con todo lo que ello acarrea de empobrecimiento cultural. Pero esas masas se están incorporando a la modernidad a través de una experiencia cultural que pone en cuestión nuestras ilustradas ideas de cultura. Nos queda tan difícil, sin embargo, llamar cultura a lo que las masas urbanas viven hoy en su vida cotidiana, a esa cultura gramaticalizada por los dispositivos y la sintaxis del

mundo iconográfico de la publicidad, del mundo audiovisual (Barbero, 1991).



Foto: Downface

Sumado a lo expuesto, ¿Ahora qué sucede cuando en una ciudad se puede vivir en comunidad y a la vez desarrollarse conjuntamente como en los barrios? referente a esto, Hombrados (2010) confirma que las personas que ven el vecindario como algo positivo en su vida, que desarrollan un sentido de pertenencia y de compromiso con los demás, generalmente se sentirán más satisfechas con su vida. El sentido de comunidad implica el sentimiento de pertenencia, de implicación personal, la integración, la satisfacción de necesidades, la conexión y la participación. Diferentes estudios indican una fuerte relación positiva

entre el sentido de comunidad y la satisfacción con la calidad de vida en el contexto de la ciudad.

Pero para nadie es un secreto que al ampliarse el campo de acción social de los seres humanos gracias al uso de las tecnologías y la sociedad de la información, se han logrado ampliar las formas de comunicarse, ya que, pueden establecer comunicación desde un celular, tablet o computador sin importar el lugar del mundo en donde se encuentre y en corto tiempo, también se ha aprendido a replegar entre humanos y a aislarse de los demás físicamente, tal como lo define (Hombrados, 2010), “el individuo comienza a desligarse de la comunidad y a creer en su propia autosuficiencia e independencia de los demás. Deja de sentir solidaridad, pertenencia e integración social”. (p.7)

Estará entonces esto relacionado con la teoría de los no lugares expuesta por Marc (2000), donde se explica que un no lugar son aquellos sitios donde ninguna persona puede tener sentimientos particulares, puestos que, son espacios de transición donde no tienen identidad, relación o historia con las personas, es hoy un componente esencial de toda existencia social. De allí el carácter muy peculiar y en total paradójico de lo que se considera a veces en Occidente como el modo de replegarse sobre sí mismo, del "cocooning": nunca las historias individuales (por su necesaria relación con el espacio, la imagen y el consumo) han estado tan incluidas en la historia general, a secas. A partir de allí son concebibles todas las actitudes individuales: la huida (a su casa, a otra parte), el miedo (de sí mismo, de los demás), pero también la intensidad de la experiencia (la performance) o la rebelión (contra los valores establecidos). Ya no hay análisis social que pueda prescindir de los individuos, ni análisis de los individuos que

pueda ignorar los espacios por donde ellos transitan, por tal motivo, Cachaco es una herramienta para visibilizar muchos espacios a través de los cuales, se transita a diario y que no se comprende su historia o habitantes ni tiene relevancia alguna para muchos, la forma de generar empatía con las calles de nuestra ciudad.

¿Entonces es en este punto donde se podría pensar que la cultura urbana, las comunidades y expresiones artísticas se convierten en transformadores de realidades y agentes de desarrollo?

Silva (2006) explica que una ciudad desde el punto de vista de la construcción imaginaria de lo que representa, debe responder al menos por unas condiciones físicas naturales y físicas construidas, por usos sociales, por modalidades de expresión, por un tipo especial de ciudadanos en relación con las de otros contextos, nacionales, continentales o internacionales y una ciudad que construya una mentalidad urbana que le sea propia.

Igualmente, el autor describe que una ciudad se hace por sus expresiones, a través de la construcción de una mentalidad urbana que se desarrolla tanto en un espacio real como simulado entre los cuales se encuentran los grafitis, pictogramas, cartelones cinematográficos, vallas publicitarias, entre otros.



Foto: IGN

## Cultura urbana

Se podría decir que la más importante definición del concepto de cultura urbana se estableció desde la perspectiva sociológica, a través de la Escuela de Chicago, sus fundadores Wark y Wirth, en especial para este último, quien consideraba que la cultura urbana era el resultado de tres factores esenciales: dimensión, densidad y heterogeneidad de la aglomeración.



Foto: Andrés Novoa

La ciudad es definida como "Una instalación humana relativamente grande, densa y permanente de individuos socialmente heterogéneos" (Cepel, 1975).

Las características esenciales de este sistema fueron señaladas por Wirth y han sido ampliamente repetidas después: aislamiento social, secularización, segmentación de los roles o papeles desempeñados, normas poco definidas, relaciones sociales caracterizadas por la superficialidad, el anonimato y el carácter transitorio y utilitario; especialización funcional y división del trabajo,

espíritu de competencia, frente a la solidaridad de las sociedades rurales.

Además, se resalta que la gran movilidad, economía de mercado, predominio de las relaciones secundarias e impersonales sobre las primarias, que serían características de las sociedades rurales, así mismo la debilitación de las estructuras familiares y desaparición de las relaciones con parientes lejanos.

En relación con ello, paso de la comunidad a la asociación, dimisión del individuo respecto a las asociaciones, control de la política por asociaciones de masas. Como se ve, muchas de estas características aparecen también en autores anteriores, y concretamente en Simmel (Capel, 1975).

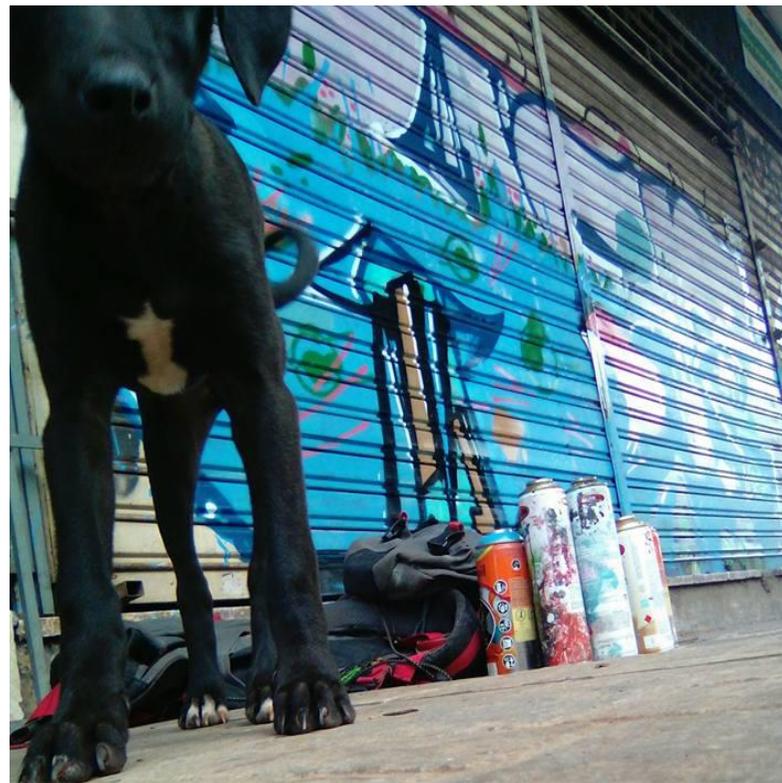


Foto: HEF

## Graffiti

El graffiti en la historia del hombre es muy amplia y conmensurable, porque desde que el hombre existe siempre realizó un garabateo, un dibujo, una palabra o una idea como elemento abstracto de su pensamiento concreto, además de que siempre buscó un soporte como medio de expresión para comunicarse en situaciones informales con los demás.

En la antigüedad los romanos eran graffiteros por excelencia y se encontraron incisiones en los monolitos egipcios en el año 1738 y también en las excavaciones del siglo XVIII, en el año 1748.



Foto: NAMELESS

Ambos acontecimientos utilizaron el muro como elemento expresivo y comunicacional para dejar testimonio de sus pasos (Pacini, 2010).

Guil, (2016) define que: “actualmente conocemos por graffiti a las inscripciones y pintadas urbanas realizadas con aerosol o sprays sobre un muro, trenes de metro, carteleras, etc.” (p. 11)

Por su parte el autor plantea que, el graffiti, entendido canónicamente como un mensaje, sintético, clandestino y efímero, sigue teniendo presencia, desde la década de 1980 ha tenido que compartir el espacio urbano con expresiones en las que es la imagen el elemento comunicativo principal. Imágenes que, además, en muchos casos no solo son legales sino incluso promovidas y patrocinadas por los gobiernos locales.



Foto: NAMELESS

Además, considera que, en diferentes partes del mundo el graffiti callejero puede estar penado por la ley en diferentes formas que van desde una multa hasta tiempo en la cárcel por ser considerados actos de vandalismo. Una de las consecuencias más resaltantes se encuentra en que los sitios donde se realiza un graffiti son catalogados como lugares de mal aspecto y donde las personas tienen la conducta de mirarlo despectivamente.

Sus orígenes actuales se ubican en las décadas de los sesenta y setenta, con el inconformismo, debido a la coyuntura histórica de crisis económica y social que se vivía en la época por consecuencia de la

guerra fría. El primer punto geográfico donde se identifica el graffiti es en Francia, en los disturbios de mayo de 1968. Con el famoso lema de: L'imagination au pouvoir (la imaginación al poder), de allí se extendería a otras partes del mundo como Nueva York en 1970, donde se convierte en una expresión artística.

Rodriguez (2011) describe que, en América Latina los graffitis que proliferaron en las ciudades en los años sesenta y setenta tenían un carácter eminentemente político e ideológico, a diferencia de aquellos que se realizaron durante los ochenta y noventa, los cuales eran más bien de corte expresivo simbólico.



Foto: HEF

El graffiti siempre remite a una dimensión de conflicto, de lucha o de rebeldía contra el orden urbano que va más allá de la literalidad de los mensajes o de la motivación de quien o quienes lo realizan.

Respecto a la historia colombiana del graffiti puede ser explicada por lo expuesto por Rodríguez (2017) donde se explica concretamente que, en Bogotá, el graffiti hace su aparición en torno a movimientos musicales y estéticos principalmente por el Hip Hop en las zonas marginales de la ciudad al igual que en Estados Unidos. Respecto al contexto histórico y político, nace con la reforma constitucional del presidente

Carlos Lleras, en la cual se buscaba un estado de desarrollo, pero que por el contrario generó inconformismos y muchas voces de protesta que fueron plasmadas en las calles a través de este arte callejero manifestando la protesta.



Foto: NAMELESS

Otro dato sobre Colombia y su historia del graffiti es descrita por Silva (2006), donde se indica que, en nuestro país, seguramente es el más explorado en lo concerniente a la expresión del graffiti de la América actual, se llegó hasta la banalidad de la moda-graffiti: vestidos, pantalones o cuadernos. Incluso se desarrollaron varios concursos-graffiti. Como el sucedido en el barrio la Perseverancia de Bogotá en 1988, para premiar públicamente al mejor y más osado grafitero, desvirtuando, por supuesto la razón misma de la prohibición social que le es inherente a una escritura perversa como la que estamos comentando.

## La ciudad a través del graffiti

Como ya lo analizamos anteriormente, el graffiti no solo nace como una forma de expresión contra los poderes económicos, políticos y sociales, también como una manera de comunicarse de las masas más vulnerables o a quienes también se conoce como marginales, quienes a través de las huellas en las paredes de la ciudad plasman sus opiniones personales y manifiestan sus demandas.

Un arte que a través del tiempo ha evolucionado como lo afirmaba en su tiempo Silva (2006) como una estrategia que persigue la realización de consignas y panfletos que ha alcanzado la revolución a un graffiti compuesto, sin dejar a un lado el poder estético que lo caracteriza.



Foto: IGN

Se inicia una nueva etapa del desarrollo de la estética urbana a finales del siglo XX, debido a las nuevas tecnologías y la expansión de las ciudades (Pineda, 2015), tal vez de allí parte ese nuevo reconocimiento al graffiti como arte en las calles y protagonista de la cultura urbana. Aunque como ya se expuso anteriormente, solo les pertenecía a esas clases sociales que por su condición económica no tenían voz, por eso las noches eran los mejores aliados de los graffiteros y su comunicación oculta, por eso su satanización.

A pesar de que en Nueva York ya era considerado un arte urbano, con exposiciones de grandes artistas como Jean Michel Basquiat, Keith Haring o John Fekner. Pero es en la década de los noventa donde el graffiti comienza a tener reconocimiento a nivel mundial, acompañado del Hip Hop. Los conocedores de este arte saben que se ha evolucionado del graffiti vieja escuela que llenaba paredes con mensajes y letras muchas veces incomprensibles hacia los dibujos más artísticos y abstractos.



Foto: Downface

El graffiti ha evolucionado de la placa al mural del tag al graffiti art, de escribir nombres en diferentes lugares del barrio con el objetivo de delimitar territorios, a la formulación de una propuesta estética con murales en paredes que reflejan la complejidad de su producción, en donde intervienen estilos, colores y signos procedentes de diferentes hábitats significativos y grupos identitarios.

Prontamente el graffiti inundó la ciudad como un texto visual de lenguaje críptico (Licona, 2016). Porque pensar en la ciudad es según Barbero, hacerse cargo del espacio-eje de la crisis de la modernidad y avizorar la otra cara de la comunicación tal y como es fabricada actualmente, esto es, la densidad de la incomunicación que sostiene-produce, y la densidad de mediaciones que articulan los medios a los miedos, los flujos a las pasiones, los códigos a las perversiones. La ciudad plantea no sólo la importancia comunicativa del espacio sino del tiempo, la memoria y las anacrónicas, los des tiempos y la necesidad (benjaminiana) de liberar el pasado, de asumir el pasado no realizado, por ello la tarea no permite postergarle. (Regulillo, 1955)

Es así como el graffiti se convierte en arte, que permite llenar de colores las calles de las ciudades, y volviendo a las calles en un espacio anexo y extraoficial de comunicación de las masas. Aunque también se podría pensar que el graffiti contemporáneo lleva aún guardado el mensaje de sublevación, pero está vez disfrazado de muchos colores que buscan acabar con el conformismo de los colores neutros y virginales de las calles, o como lo reconocería Figueroa al pronunciar que “el color amenaza con el desorden, pero también promete la libertad”.



Foto: NAMELESS

Libertad que está inundando las calles de importantes ciudades a nivel mundial como Melbourne, Río de Janeiro, Berlín, Los Ángeles, Barcelona, Nueva York, El Salvador, Georgetown en Malasia, Christchurch en Nueva Zelanda o Bogotá, ciudades que están siendo amobladas de forma diferente, de acuerdo a la cultura, contexto y realidad socio-política que se esté viviendo y adoptando manifestaciones socioculturales que las transforman en grandes galerías de arte callejero que atraen el turismo internacional.

Incluso, como arte contemporáneo de pleno derecho, como herramienta de trabajo con jóvenes socialmente desfavorecidos o como simple reclamo turístico, como sucede ya en ciudades como Bristol, París, Berlín o Londres, el arte urbano está de moda. Estas dos condiciones conforman una paradoja, ya que, muchas veces se dan bajo la misma jurisdicción: se prohíbe la parte no regulable mientras se auspicia, en el caso de las ciudades artísticamente más vanguardistas, la parte vendible (Ballaz, 2009).

Así, ya se observan comunidades donde el graffiti es una herramienta dentro del tejido social y cultural hacia jóvenes pertenecientes a poblaciones vulnerables.

Como ejemplo, una experiencia de trabajo comunitario en Recife, en el nordeste de Brasil, en el que Banzay y otros miembros de la comunidad Hip Hop de la zona trabajan, además del graffiti, el break dance y la música (dj's y mc's, mezclar vinilos y cantar rap), la conciencia social como el quinto elemento de una cultura que trabaja en favor de la comunidad (Ballaz, 2009).



Foto: NAMELESS

Un trabajo también realizado en Barcelona por la ONG Art Solidari, que desarrolla un programa de integración con jóvenes del barrio del Raval que involucra, además, a escritores de los cuales

algunos se encontraban cumpliendo con penas de servicios a la comunidad y comerciantes de la ciudad. Éstos enseñan graffiti a los jóvenes usando como soporte las persianas de los comercios.

Ello beneficia al comerciante, pues tener la persiana pintada con un graffiti evita, en muchos casos, que sufra pintadas indiscriminadas por parte de otros escritores, una vez más aflora este código de respeto interno. Beneficia también al escritor, pues ejerce de tallerista en su ámbito, ya profesionalizado, cuando lo sea, y por supuesto, a los usuarios y usuarias del taller, pues ven en esta actividad cierto futuro más allá de la calle.

Sin embargo, el graffiti hoy, es un carácter de cuestionamiento de situaciones sociales, o de reivindicación de derechos.



Foto: NAMELESS

Pero, es lógico que este informe debe llevar una reflexión final de la autora del mismo sobre el graffiti de antes y el de hoy en Bogotá. Más o menos entre los 70 y 80, en la Nacho se empezaron a ver los primeros rayones de la mano de graffiteros como “Keshava”, que se inspiró, con temas revolucionarios. Del mismo modo en barrios como Las Cruces tomó fuerza durante los noventa un arte de los más elaborados, con los raperos como protagonistas.

Otro acontecimiento de importancia en la historia del graffiti fue en 1,984, donde Betancur, invitó a los colombianos para que pintaran palomas por la paz, en algunas paredes. Sin duda alguna que, cada día hay más artistas que salen a las calles a pintar, convirtiendo muros grises y sin vida, en coloridos paisajes. Con, fumigaciones de spray y pintura, los graffiti en Colombia expresan emociones, rasgos de identidad, críticas y hasta bromas. En el país, este arte urbano toma revuelo, haciendo que locales y extranjeros tengan más motivos para recorrer las calles.

Pero con todo esto, se cree que, Bogotá es la ciudad de Colombia con mayor movimiento de artistas urbanos y una de las más importantes en el mundo del graffiti. Esta actividad, aunque es considerada ilegal, empieza a adquirir fuerza y a ganar territorio en las mesas locales. Y así da la oportunidad, para que la ciudad se convierta en un referente mundial del arte callejero, con artistas como Toxicómano, Guache y Stinkfish, entre otros, quienes hoy son reconocidos a nivel internacional por la calidad que los caracteriza.

### **El Graffiti como agente de cambio en Bogotá**

Como ya se mencionó anteriormente, Bogotá hace parte de las ciudades que destacan por su arte callejero, una revolución artística que desde 2007, ha venido ganando seguidores y que en la capital colombiana: es un hecho social que está asociado con la acción directa de generar una marca en la calle, esta acción puede ser una huella particular que representan una o varias personas, es una subcultura y un estilo de vida para quienes se dedican a él, que ven en esto un medio para buscar emociones y rebelarse de manera sutil, pero a la vez contundente ante una autoridad impuesta (Gama, 2016).

La historia del graffiti en Bogotá fue ilegal hasta 2011, cuando el asesinato de Diego Felipe Becerra, obligo a las autoridades a crear el decreto 75 de 2013: “Por el cual se promueve la práctica artística y responsable del grafiti en la ciudad y se dictan otras disposiciones”.

A su vez la Fundación Arteria, en convenio con la Gerencia de Artes Plásticas y Visuales creó en 2012 la Mesa Distrital de Graffiti, para discutir sobre reglamentos, temas y tipos de graffitis, y proponer políticas que establezcan el buen uso del espacio público.

Cuyo objeto es identificar de manera diversa y amplía agentes productores, formas de representación y organización, así como también a los agentes directos que hacen parte del desarrollo en la ciudad para indagar sobre sus necesidades y proponer estrategias para el fortalecimiento y entendimiento de esta práctica (Gama, 2016).

Una práctica, que, tiene en cuenta los esfuerzos iniciales se dieron en el año 2000, pero que a partir de la alcaldía de Gustavo Petro se constituyó, para ser reforzado posteriormente por el anterior alcalde la ciudad, Enrique Peñalosa, cuyo gobierno ha invertido en el arte urbano aproximadamente 3.500 millones de pesos en los dos últimos años.

Está inversión económica no solo ha transformado sectores de la capital como el centro de la ciudad, ha elevado el arte callejero bogotano a uno de los mejores del mundo, sino que también ha cambiado las vidas de los integrantes de esas comunidades que antes eran estigmatizadas por sus paredes llenas de graffitis que simbolizaban delincuencia y que hoy en día son ejemplo de expresión artística de alto nivel (Gama, 2016).

Obras que enorgullecen a sus barrios, que prestan como lienzo sus fachadas y las cuidan. Un buen arte que incluso está ganando

adeptos entre las empresas y zonas exclusivas, que se han concientizado sobre la importancia del graffiti como arte para decorar con alegría y color sus calles, además de servir como una expresión de comunicación donde las paredes capitalinas cuentan sus historias.

Se podría decir que las ciudades son entes vivientes, que se transforman constantemente a causa de sus habitantes, quienes siempre han buscado una forma de expresar lo que sienten, utilizando las herramientas que la sociedad y el poder les permite, como el graffiti. Una expresión que hasta hace unas décadas era considerada sinónimo de pobreza y vandalismo pero que desde inicios del siglo XXI se ha reafirmado como componente de la cultura urbana.



Foto: Andrés Novoa

El graffiti ha dejado de ser oculto y oscuro para convertirse en un agente transformador de espacios que proyectan positivismo, vida, alegría y armonía, tal como lo ha venido demostrando Bogotá, un ejemplo de ello, el centro de la ciudad que ahora hace parte de un exclusivo tour de graffiti, semejante al de importantes capitales del mundo. (Gama, 2016).

Así, que para concluir este escrito cedemos la batuta a dos artistas callejeros que saben mejor que cualquiera de los habitantes de Bogotá, la importancia del papel del graffiti en la cultura urbana capitalina.

“Los espacios con esta estética pueden solucionar conflictos, hemos recuperado ollas y zonas rojas, el entorno cambia porque la calle se llena de color, las personas pasan y paran a tomarse fotos o vídeos desde los carros” (Idartes, 2018).



Foto: Andrés Novoa

“Quienes liberan sus pensamientos y emociones en el muro, no tienen necesidad de ir a pegarle al que le cae mal o le molesta, o ir a causar problemas en cualquier parque ya que al manifestarlo en sus diseños expone una posible furia acumulada, los hip hoppers podemos cambiar la sociedad” (Bogotownblog, 2016).



Foto: Paula Díaz

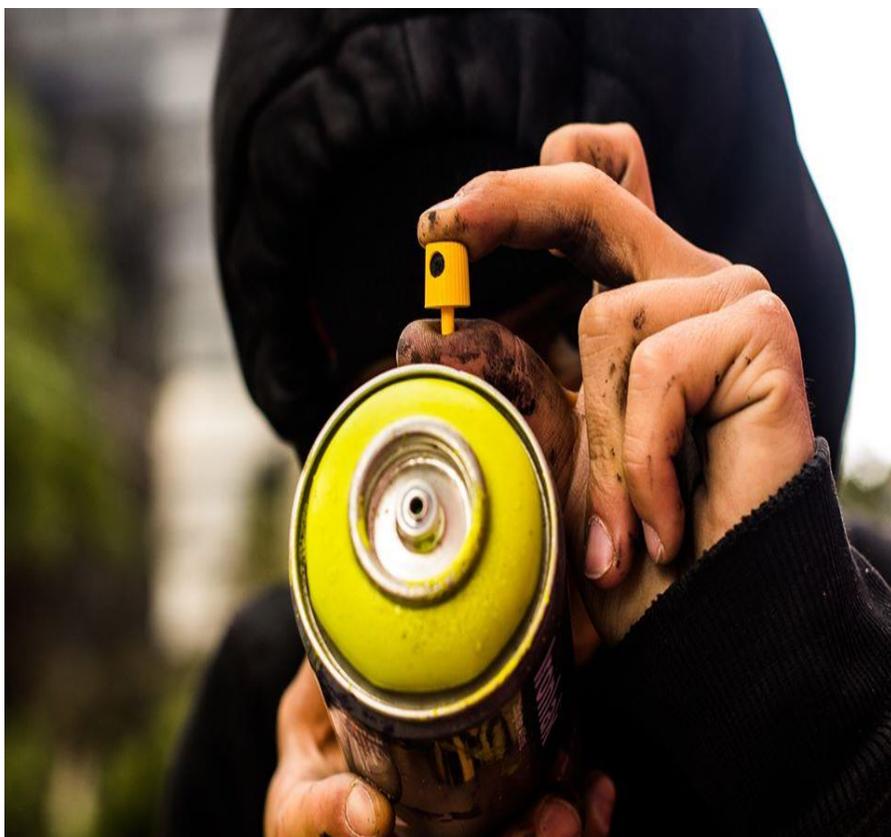


Foto: Sold

## PROCESO Y MODELO DE GESTIÓN

### Cachaco La esencia de tener estilo propio

#### OBJETIVOS

##### Objetivo general

Gestionar y fomentar intervenciones artísticas urbanas principalmente en la localidad de Engativá con el fin de promover conciencia social, aportar a la mejora visual de los espacios por medio del arte y la cultura urbana generando apropiación de los mismos.

##### Objetivos específicos

1. Realizar intervenciones artísticas que reflejen la intención de dejar mensajes claros que siembren conciencia social, promuevan el sentido de pertenencia por la ciudad y contribuyan a la mejora visual de la zona a tratar.
2. Generar ferias y exposiciones itinerantes que fomenten los espacios para prácticas artísticas urbanas, apoyando y contribuyendo el talento de artistas emergentes locales.
3. Contribuir al embellecimiento de espacios en la localidad de Engativá que estén en estado de deterioro y desolación, generando circuitos urbanos que permitan conocer la naturaleza del graffiti dando un nuevo sentido visual a la zona a tratar.

##### Misión

Fortalecer las prácticas urbanas desarrollando intervenciones artísticas en lugares desolados de la localidad de Engativá con el fin de visibilizarlos, enlucirlos y emplearlos para dejar mensajes con alto nivel

de responsabilidad social; siendo así, también, un potenciador de artistas emergentes.

### **Visión**

Este proyecto será conocido no solo por llenar de mensaje y color la ciudad, sino también, por potenciar artistas emergentes ayudando a plasmar el arte. Logrando generar alto impacto social en la mentalidad de los capitalinos, nutriendo y fortaleciendo el sentido de pertenecía por la ciudad.

### **Filosofía**

Cachaco cree en el poder del arte como herramienta de mejora visual en el espacio y en el poder de la palabra para plasmar mensajes y generar impacto social.

### **Grupo de interés:**

Se desea generar impacto social en cada persona que tenga contacto con la ciudad y tenga interés en apoyar este tipo de intervenciones con el fin de lograr los objetivos. Sin embargo, se deben atraer más artistas que quieran poner en práctica sus habilidades y crean en los fines sociales.

Es por eso que el grupo de interés son jóvenes entre 16 y 28 años, con intereses y gustos alternativos que desean vivir el momento sin ataduras y que deseen dejar huella en la sociedad como en la ciudad para ello emplee un mapa de empatía, un ejercicio recomendado por una de los docentes para identificar, entender y conocer un cliente ideal, este consta de desarrollar seis preguntas, las cuales son: ¿Qué piensa y siente?, ¿Qué escucha?, ¿Qué hace?, ¿Qué ve?, ¿Cuáles son sus miedos?, ¿Cuáles son sus esfuerzos y aspiraciones?.

Por lo anterior, el perfil de estos artistas emergentes que se buscan son personas que persigan: verse diferente, aceptación en el

círculo social, comunicar sus emociones, sentir conexión a través de lo que comunican, trabajo y experiencia en arte, les interesa ver practicas relacionadas con: música alternativa, tatuaje, muralismo, artes plásticas, diseño, moda alternativa.

Por otra parte, en general son estudiantes universitarios, algunos trabajan para pagar sus estudios y adquirir experiencia laboral, otros, reciben apoyo económico de sus padres, sin embargo no tienen ningún tipo de estabilidad económica; en cuanto a sus hobbies asisten a lugares de fiesta urdenground como Casa babylon, Cacao blunt, El candelario, Get Down Club, espacios de cine alternativo, ferias y exposiciones itinerantes, entre otros, donde puedan disfrutar de la música que más les gusta como: rap, hardcore, rock, dance hall, reggaetón.

También, entre sus esfuerzos y aspiraciones están sus estudios, preparación, mayor experiencia, mejorar y encontrar técnicas nuevas para su arte, desean innovar y tener reconocimiento en lo que hacen y así ampliar sus aspiraciones; entre sus miedos están la falta de dinero, tener fracaso, no tener aceptación social, por ello son personas que se apoyan en experiencias de personas de su entorno y se guían por consejos de personas con experiencia en su entorno.

Acogiendo las anteriores características se creó la siguiente ficha técnica de los perfiles.

<b>Paula Garavito</b>	
<b>Descripción:</b> Estudiante de trabajo social, des complicada, alternativa, urbana.	
<b>Edad</b>	21 años
<b>Estrato socioeconómico</b>	Medio (3)
<b>Lugares frecuentes</b>	Chapinero, Candelaria.
<b>Música Favorita</b>	Rap, hardcore, rock, dancehall.
<b>Intereses</b>	Suele mantenerse informada de eventos públicos como rock, hip hop, salsa al parque, fiestas de dancehall y reggae o conciertos pequeños y económicos; le
<b>Nicolás Diagama</b>	
<b>Descripción:</b> Estudiante de Diseño gráfico, artista urbano (grafiti), trabaja en una agencia de diseño y le gusta realizar proyectos como independiente, des complicado, alternativo, urbano.	
<b>Edad</b>	23 años
<b>Estrato socioeconómico</b>	Medio (3/4)
<b>Lugares frecuentes</b>	Chapinero, Candelaria.
<b>Música Favorita</b>	Hardcore, hardcorepunk, punk, rap.
<b>Intereses</b>	Le gustan todo tipo de conciertos alternativos, busca conocer música y lugares nuevos, frecuenta páginas sobre artistas con el fin de potenciar su proceso creativo, le interesa el cine pero no comercial, frecuenta mucho cine Tonalá.

Por lo anterior, esta caracterización hace parte de la iniciativa puesto que son la representación de personas que se desean atraer y conectar, con mente joven, abierta, interesadas y sumergidas en todo tipo de actividades de arte urbano y alternativo, consumidores de marcas y eventos locales; estos personajes ayudaran a crear vínculos,

generar lealtad, además de contribuir al descubrimiento y solución de problemáticas y necesidades las cuales ayudaran a surgir cada día más como proyecto.

### Metodología de gestión canvas:

La metodología del modelo canvas fue creada por el teórico de negocios suizo, Alexander Osterwalder, quien decidió estructurar una plantilla que permitiera facilitar la aclaración de ideas para las iniciativas; es así como el canvas se convierte en una herramienta para definir diferentes modelos de negocio, consiste en dividir en nueve puntos estratégicos la propuesta, estos son:

- Socios clave
- Actividades clave
- Propuesta de valor
- Relación con el cliente
- Segmentos claves
- Recursos clave
- Canales
- Estructura de coste
- Fuentes de ingreso

Teniendo en cuenta lo anterior, esta metodología tiene como finalidad el desarrollo de una estructura sólida con los puntos más relevantes para organizar las ideas de negocio.

Ahora bien, en el caso de Cachaco se ha utilizado esta metodología canvas teniendo en cuenta que aportara en el proceso de construcción y elaboración de toda la gestión, partiendo de esto, es así

como se comienza a analizar punto a punto para identificar lo que se describe en los siguientes párrafos.

Para iniciar los socios clave con los que contará Cachaco son: fundaciones, entidades educativas, colectivos artísticos, bares, juntas de acción comunal, entidades distritales, artistas emergentes, ciudadanía, servidores públicos, estos son los aliados con los que se busca comenzar a recibir patrocinio y a su vez generar vínculos para realizar las actividades claves que son: ferias itinerantes, circuitos feriales, intervenciones artísticas, voluntariados, arte colectivo, actividades que serán la esencia de esta iniciativa y que cumplirán con los objetivos como proyecto cultural y social.

De tal manera que, estas actividades no solo son el pilar de los objetivos, sino que también, buscan brindar a los clientes una propuesta de valor que poco a poco hará distintivo al proyecto, estas son: la resignificación de los espacios desolados, fomentar el uso del arte urbano para crear lazos de unión entre diferentes generaciones, crear apropiación por el arte y la ciudad, aportar a emprendimientos locales alternativos, aportar al crecimiento de la escena del arte urbano en Bogotá.

Por lo anterior, Cachaco debe generar una relación con el cliente, por ello se desea ser fuente de experiencias, ser una herramienta para potenciar artistas emergentes, lograr construir espacios que visibilicen tanto los lugares como los artistas todo esto para formar en los clientes una conexión y poder generar un impacto importante en la localidad en la que queremos comenzar.

Del mismo modo, esta metodología permite conocer cuáles son los recursos disponibles y hacer un desglose de cada uno de ellos, tanto material como humano. Entonces, los recursos claves con los que

cuenta Cachaco para la primera intervención y el piloto de feria itinerante son: en cuanto a talento humano, el equipo base, conformado por un realizador audiovisual, artistas urbanos, emprendedores y una gestora cultural; en cuanto a materiales se requiere de: equipos audiovisuales (cámaras, trípode, software de edición), materiales artísticos (pinturas, aerosoles, brochas, rodillos, esponjas), artículos varios (escaleras, mesas, sillas, entre otros).

Así mismo, en cuanto a los canales; se puede describir que principal canal es la ciudad por lo que esta permitirá ser el medio en donde se plasmarán y difundirán los mensajes que se quieren llevar a las personas; a medida de ir realizando intervenciones se utilizarán redes sociales con el fin de interactuar con las personas.

Permitir que la gente comparta contenido de las intervenciones de este proyecto, de manera didáctica y generar mayor difusión del arte urbano por medio de estas. Por otro lado, se desea atraer con estas mismas intervenciones más artistas emergentes que quieran contribuir al desarrollo de Cachaco, dado que muchos de los artistas que se quieren estén presente en el proyecto son un público joven que invierte cierta parte de su tiempo saliendo con amigos, en búsqueda de planes diferentes, es decir personas con tiempo libre, otra forma de abordar a la población que se desea atraer será también por la voz a voz entre alianzas con otros colectivos y en eventos urbanos.

Es importante adicionar que el grupo de interés son personas con edades comprendidas entre 16 y 28 años con intereses y gustos alternativos, pero también la ciudadanía, cada persona que transite en su cotidianidad por los espacios que intervienen forma a ser parte del público espectador, ya que, como se ha expresado anteriormente el

lienzo de exposición y el canal de comunicación para dejar los mensajes de este proyecto es la calle.

Finalmente, la estructura de costo está compuesta por el alquiler de espacios, pagos o bonificaciones, materiales artísticos para talleres, alimentación y transporte, teniendo en cuenta esto, con el tiempo los medios por los que los sustentaremos serán por los ingresos de las ferias itinerantes y las intervenciones artísticas pagas, también mediante convocatorias y patrocinios.

Considerando lo expuesto anteriormente, en la siguiente imagen se muestra la plantilla del modelo de gestión canvas desarrollada para Cachaco.

<p><b><u>SOCIOS CLAVES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundaciones.</li> <li>• Entidades educativas.</li> <li>• Colectivos artísticos.</li> <li>• Bares.</li> <li>• Juntas de acción comunal.</li> <li>• Entidades distritales.</li> <li>• Artistas emergentes.</li> <li>• Ciudadanía.</li> <li>• Servidores públicos.</li> </ul>	<p><b><u>ACTIVIDADES CLAVES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias itinerantes.</li> <li>• Circuitos feriales.</li> <li>• Intervenciones artísticas.</li> <li>• Voluntariados.</li> <li>• Arte colectivo.</li> </ul>	<p><b><u>PROPUESTA DE VALOR</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Re significación de los espacios desolados.</li> <li>• Fomentar el uso del arte urbano para crear lazos de unión entre diferentes generaciones.</li> <li>• Generar apropiación por el arte y la ciudad.</li> <li>• Aportar a emprendimientos locales alternativos.</li> <li>• Aportar al crecimiento de la escena del arte urbano en Bogotá.</li> </ul>	<p><b><u>RELACIÓN CON EL CLIENTE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar experiencias</li> <li>• Potenciar artistas emergentes.</li> <li>• Permitir espacios que visibilicen tanto los lugares como los artistas.</li> </ul>	<p><b><u>SEGMENTO DE CLIENTES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artistas emergentes entre 16 y 28 años.</li> <li>• Transeúntes (ciudadanía)</li> </ul>
<p><b><u>ESTRUCTURA DE COSTE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de espacios.</li> <li>• Pagos o bonificaciones.</li> <li>• Materiales artísticos para talleres.</li> <li>• Alimentación.</li> <li>• Transportes.</li> </ul>		<p><b><u>FUENTES DE INGRESO</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferias itinerantes.</li> <li>• Intervenciones artísticas.</li> <li>• Convocatorias.</li> <li>• Patrocinadores.</li> </ul>		
<p><b><u>RECURSOS CLAVES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizador audiovisual.</li> <li>• Gestora cultural</li> <li>• Artistas emergentes.</li> <li>• Cámaras, trípodes, pinturas, escaleras, brochas, software para edición.</li> </ul>	<p><b><u>CANALES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudad.</li> <li>• Voz a voz.</li> <li>• Redes sociales.</li> </ul>			

Resumiendo lo planteado, este ejercicio contribuyo de manera significativa a la organización del proyecto, se pudo aclarar el sentido y la forma del mismo, como herramienta de gran utilidad para la generación de varias hipótesis de trabajo para posteriormente ir ajustando a la idea deseada. La cual, es un instrumento que permite evolucionar y con el transcurso del tiempo permite desarrollar una estrategia más detallada para las iniciativas.

En definitiva, a partir de esta metodología se ha podido establecer una caracterización de los métodos que se utilizaran con Cachaco de aquí en adelante para todo el orden y procesos del desarrollo del proyecto, como también para las intervenciones específicas en torno a la resignificación de espacios y para la construcción de ferias itinerantes en pro de la escena artística urbana en Bogotá.

De esta manera, se comenzó a desarrollar la gestión de la primera intervención y el piloto de la feria itinerante que se concluyó con satisfacción, lo que permitió guiar hacía todos los factores evidenciados gracias a esta metodología, por consiguiente, se construyó la realización de los siguientes procesos, cumpliendo con los objetivos propuestos por Cachaco.



Foto: Downface

## PROCESOS

### Primera intervención artística: póngale ovarios

El objetivo general de Cachaco se basa en gestionar y fomentar intervenciones artísticas urbanas principalmente en la localidad de Engativá con el fin de promover conciencia social, aportar a la mejora visual de los espacios por medio del arte y la cultura urbana generando apropiación de los mismos.

### 1. Búsqueda y gestión de artistas:

Por lo anterior, en la primera intervención fue un piloto que permitió cumplir con el objetivo planteado, en el cual, se realizó la gestión comenzando por la búsqueda de los artistas por medio de una pequeña convocatoria a través de la red social Facebook, cuyo fin era intercambiar ideas con la presentación del objetivo y con las expectativas artísticas de los interesados.

En este proceso se encontraron dos artistas con los que se tuvo empatía y muy buena relación para el lograr de deseado en el estudio. Estos artistas fueron Mich, quien es una joven capitalina estudiante de diseño gráfico de la universidad Libertadores, a quien la motiva la pasión por la caligrafía. Por otro lado, se encuentra Cribs, un joven trabajador que encontró su vocación entre aerosoles y muros.

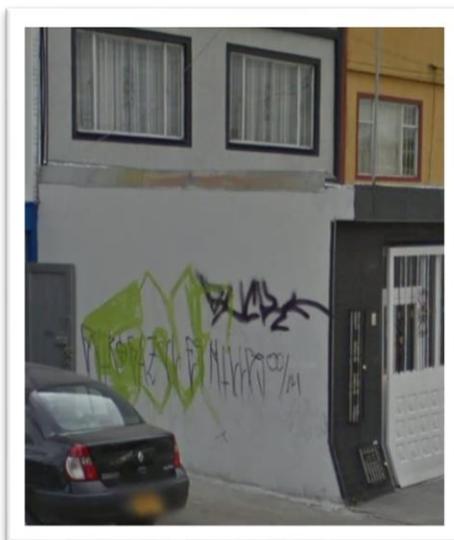


Foto por: Google Maps



Foto por: Google Maps

## 2. Planeación de la temática:

Luego de encontrar a los dos artistas urbanos, se dio inicio al proceso de creación, para ello, se llevó a cabo una reunión donde se expresaron los puntos de vista respecto al interés de que mostrar en esta primera intervención, fue allí donde uno de los artistas propuso que sería importante darle protagonismo a la mujer y mostrar que existen muchas mujeres que crecen en hogares rodeados de solo mujeres, en donde siempre se inculca el poder hacer las cosas sin necesidad de tener una figura masculina cerca, no esperar nada de los demás para poder lograr lo que cada uno desea; y que así como en la vida en el graffiti las mujeres también pueden lograr ser excelentes artistas urbanas.

Una vez clara la temática, se tomó la decisión de iniciar este proyecto con una intervención artística para empoderar el género

femenino, se inició a planear que carácter (personaje) sería apropiado y que texto, en donde, uno de los artistas seleccionado fue el encargado de realizar el character y el otro el encargado del lettering del muro.

## 3. Gestión del lugar y permisos:

En varios encuentros y con el tiempo limitado de todos por las diversas ocupaciones diarias, se logró definir que el texto y el nombre de esta iniciativa sería **Póngale Ovarios** y que el character que lo acompañaría sería una para realizar la intervención, se habían visualizado algunos en la localidad de Engativá, sin embargo, los permisos estaban bastante complicados por lo que se propuso un muro que se había visualizado en el barrio Santa Lucía y aunque estaba bastante alejado se decidió hacerlo allí, ya que, al ver las fotos se pudo comprender que no solo el muro estaba en muy mal estado, sino que también la visibilidad era adecuada, el muro se veía desde la estación de Transmilenio de la calle 40 sur y frente a él transitan muchas personas a diario, lo cual, daría mucha relevancia y no se quiso desaprovechar esa oportunidad. Solo quedaba solicitar el permiso del dueño de la casa, por ello se estableció comunicación con el propietario, quien dio su autorización para comenzar el proceso.

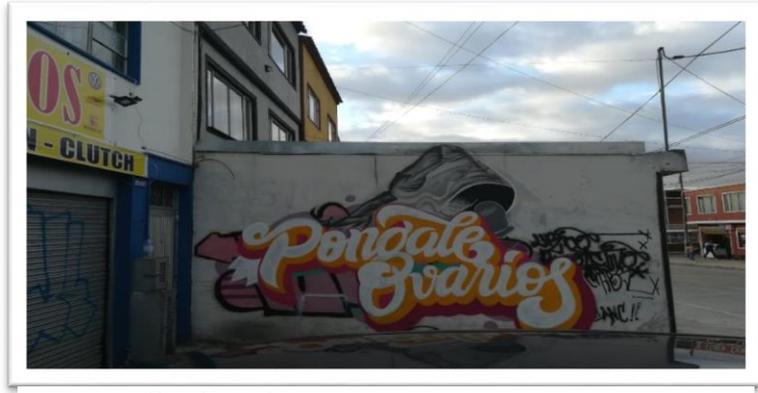


Foto por: Catalina Reyes

Una vez aprobada la autorización del propietario, se procedió a medir el espacio del muro y se comenzó a evaluar la gama de colores que se iba a emplear tanto para el personaje como para las letras tomando como referente lo acordado anteriormente, se realizó una foto montaje para tener en cuenta la proporción de cada cosa para el muro y poder lograr que quedara tal cual se esperaba.

#### **4. Compra de materiales y realización de la intervención:**

Después de tener todo concreto en cuanto al diseño de la pieza el paso a seguir fue la compra de materiales: aerosoles, vinilos, rodillos, brochas, entre otros. Todo fue por medio de la auto gestión no se tuvo ningún tipo de remuneración, ya que, lo más gratificante para el equipo en realidad es que el resultado final sea tal como lo planeado y tomarlo como un regalo a las personas que apoyaron el trabajo, esto fue lo acordado con los artistas y ellos estuvieron totalmente de acuerdo.

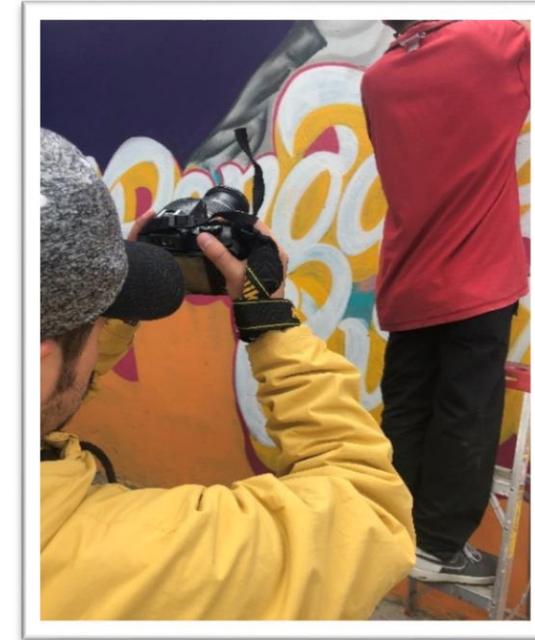


Foto por: Catalina Reyes

Finalmente se comenzó con la intervención, en la cual se llevó más tiempo del estimado para terminar el muro dado que para coordinar los tiempos de todos los integrantes era un proceso bastante complejo, adicional a esto llegar al lugar era bastante complicado, ya que, todos residían a distancias de dos horas de traslado del lugar seleccionado, de allí, inicialmente se comenzó el trabajo durante un fin de semana completo compuesto por un lunes festivo, pero no se pudo pasar por alto los inconvenientes del clima cosa que no interfirió en el avance, por otro lado, algunas marchas nacionales complicaron un poco la cuestión del transporte y la seguridad.

Así mismo se tuvieron que dejar los materiales de trabajo en el local del propietario de la pared, puesto que se tenía mucha dificultad para el traslado a diario de los mismos. Luego de esto se tuvo inconvenientes con los tiempos del propietario para la utilización de

materiales, ya que, por razones ajenas a este no se encontraba en el lugar donde se encontraban resguardados los materiales.

De todos modos, se logró avanzar progresivamente hasta terminar el muro. Al final todo esfuerzo, cada peso y cada segundo invertido en esta primera etapa de Cachaco valieron la pena con creces para todos.



Foto por: Catalina Reyes

## 5. Conclusiones:

Es demasiado importante haber contribuido con el embellecimiento del lugar y haber dejado un mensaje importante no sólo para los dueños de la casa si no para cada persona que transita por el lugar, varios vecinos se acercaron a expresar sus agradecimientos porque el lugar estaba bastante descuidado y triste, hicieron saber que

lo que el mural da vida y una nueva cara al gris panorama de rayones y tachones al que estaban acostumbrados.

Por último, como consecuencia de esta intervención una de las vecinas vio el muro y pidió realizar otro que tuviera como temática la naturaleza, esta vez, los materiales serán pagos. Con esto se pudo conocer que el sentido de esto no es solo pintar, no es salir ¿de casa con la maleta llena de pintura, es salir con la maleta llena de sueños, ideas, mensajes y objetivos claros para cumplir, sin importar las situaciones y riesgos teniendo la disposición de dejar un impacto social sin recibir remuneración alguna, puesto que el valor más grande es la satisfacción de sentir que se está logrando algo que comienza a tomar mejor forma poco a poco., dejando el crecimiento personal y la experiencia para futuras oportunidades.



Foto por: Catalina Reyes.



### **Piloto feria itinerante: sticker al parche.**

Entre el planteamiento de Cachaco, se indicó que uno de los objetivos de la iniciativa es generar ferias y exposiciones itinerantes que fomenten los espacios para prácticas artísticas urbanas, apoyando y contribuyendo el talento de artistas emergentes locales, por lo que se trabajó en este piloto de feria itinerante.

#### **1. Planeación y gestión de la temática:**

Para empezar, la idea de Sticker al Parche surgió en un encuentro de amigos donde entre risas y cervezas se llegó el tema de que se debía hacer algo diferente para mostrar las cosas en las que muchos trabajan por sus sueños, es así como todos comenzaron a mirar que hacer que pudiera aportar y en que podría beneficiar, en el caso particular, era la oportunidad perfecta para poner en marcha uno de los objetivos del proyecto, generar ferias y exposiciones itinerantes que fomenten los espacios para prácticas artísticas urbanas, apoyando y contribuyendo el talento de artistas emergentes locales.



Fotos por: Diego Valero

En consecuencia, se comenzó a analizar que podría ofrecer cada uno así que entre tatuadores, truqueros de bici, graffiteros, emprendedores, artistas y una estudiante de gestión cultural se unieron los conocimientos y esfuerzos para llevarlo a cabo.



Fotos por: Diego Valero

## 2. Gestión del lugar y desarrollo:

Junto a Noir, un tatuado se comenzó a evaluar el lugar en donde podría llevarse a cabo la feria, entre estas búsquedas, se sugirió un local de ping pong en la localidad de Kennedy que se quería dar conocer, por ende, se tomó el local como el indicado para llevar a cabo la realización de la feria.



Foto por: Matiz indumentaria

En este sentido, una vez escogido el lugar se estableció la fecha, la cual quedó estipulada para el sábado 19 de octubre, posterior a ello se comenzó a convocar voz a voz todas las personas que desearan dar a conocer sus productos y todos aquellos que quisieran pasar un rato agradable en la feria.



Fotos por: Noir

Continuando con la gestión, una semana antes confirmaron cinco marcas de los diferentes emprendimientos, así se hizo el alquiler de algunas mesas y sillas para acomodar los emprendimientos de algunas marcas de ropa independiente que dieron a conocer sus productos y llevarse unas ganancias.

Así mismo, se planificó el itinerario que consistía en dar inicio a la feria a las 4:00pm realizando dentro de este horario diferentes actividades como: jugar ping pong, realizar trucos de bici, intercambiar stickers, realizar flash tatto, agendar citas de tatuaje, comprar los artículos de los emprendedores y finalizar a las 9:00pm con una batalla de tags.



Fotos por: Noir

### 3. Conclusiones:

Como conclusión, este piloto de feria itinerante nutrió mucho y dejó aprendizajes significativos, los cuales se implementarán para una segunda edición que con el tiempo será programada, ya que, se tuvo buena receptividad. Es importante entender que, si bien se quiere brindar espacios de ocio y diversión, también se espera aportar un apoyo para pequeños emprendimientos de jóvenes capitalinos.

Fue gratificante poder establecer empatía entre todos los asistentes y que no se convierta en competitividad y egoísmo, es satisfactorio poder experimentar en este tipo de ambientes como se alejaron las energías negativas y se lograron unir fuerzas para el crecimiento de todos los participantes potenciado las cualidades y talentos entre una misma generación.

### ¿Qué sigue?

#### SEGUNDA INTERVENCIÓN ARTÍSTICA: TOGETHER

Como anteriormente se mencionó, gracias a la primera intervención realizada, una vecina del sector donde se encuentra el muro de “Póngale Ovarios” se pidió la ayuda para embellecer su casa. Ella expresó que deseaba que se pudiera dejar otro mensaje pero que fuera alusivo a la naturaleza.



Foto: Cribs

Es así como se comenzó el segundo paso de Cachaco en una nueva intervención, sin embargo, por compromisos de cada uno de los participantes no se pudo comenzar de inmediato este proceso, ya que, uno de los artistas debía viajar, así que, se acordó con la señora Nubia que se comenzaría la intervención en el mes de marzo y que en este lapso de tiempo iría planteado que se plasmaría en su fachada.

Por consiguiente, se inicio a planear que mensaje se dejaría en esta intervención y con las indicaciones de la dueña del espacio se consolido la idea final que como estaban sucediendo tantas crisis afectado al planeta a finales de 2019 e inicios de 2020 como lo fueron los incendios de Australia, California y el inicio de la pandemia en ese entonces en China se decidió llamarla “Together” y así mismo plasmarla en la pared. Realmente se consideró que se acoplaba a lo que se quería expresar; adicional a esta palabra se adaptarian muchas plantas y animales alusivos a cada una de estas situaciones.



Foto: Mich



Foto: Cribs

Es importante aclarar que por el momento esta intervención esta en pausa, sin embargo, ya se realizó la compra de los materiales que fueron financiados por la dueña de la casa; se espera con ansias poder darle una nueva imagen a el hogar de la señora Nubia y lo más importante que todos vean y compartan el mensaje ambientalista.

Es importante agregar que Cachaco es una iniciativa que está en proceso de crecimiento, por este motivo se continúa trabajando para seguir ampliando las intervenciones y gestionando impactos culturales y sociales que cumplan con los objetivos del proyecto.

De tal modo que, el trabajo se hace en pro de la proyección para los próximos años, por este motivo, se puede incluir que:

- En Cachaco se realizar la segunda versión de Sticker al parche y gestionar más ferias itinerantes que sigan logrando los objetivos; se piensa en trabajar de la mano con bares como Cacao blunt,

Roots Café y Get Down Club, ya que se tiene cercanía con algunos de los dueños, la idea es aprovechar que con estos lugares que son escenarios públicos se logren conseguir aportes en la construcción y fomento de una serie de circuitos feriales que permitan fortalecer nuestro gremio de artistas, emprendedores y gestores culturales urbanos.



Foto: Roots Café

- Trabajar en generar redes de personas, artistas, marcas alternativas, emprendimientos urbanos, bares o espacios de encuentros alternativos para lograr patrocinios y así conseguir fortalecer vínculos con Cachaco
- Entre otras proyecciones, se comenzara a moverse en búsqueda de conseguir apoyo de entes del Distrito, ya que, en estos momentos se comenzó a tener asesoría por parte de Nasly Gamboa, una servidora pública del Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal con el fin de construir más forma para apuntar al proyecto en convocatorias como UNO MÁS UNO= TODOS, UNA MÁS UNA = TODAS o BOGOTÁ LÍDER, que son convocatorias que consienten en

generar reconocimientos o estímulos que permitan fortalecer las iniciativas de jóvenes capitalinos.



Foto: Downface

- Por otro lado, también se comenzó con el vínculo en la Alcaldía Local de Engativá y en la Mesa Local De Graffiti de Engativá por medio de algunos contactos que ya pertenecen a la mesa con el fin de poder generar más reuniones y conectar con más artistas emergentes de la localidad, poder discutir, gestionar y generar más intervenciones con artísticas en la localidad; Así también, se podrán obtener más alternativas y beneficios para tener apoyo de más entidades distritales, hacer más visible la iniciativa, obtener financiación para materiales y permisos para próximas intervenciones artísticas, generar alianzas con otras localidades y contactar con los representantes de las mesas de graffiti que pueden ayudar a hacer crecer la “red de contactos urbanos”. Así mismo también poder aportar ideas para mejorar y ayudar a crecer

estas mesas de graffiti que son tan importantes para cada localidad y artista emergente.

Teniendo en cuenta lo anterior, es conveniente resaltar la importancia de esta iniciativa debido a que con la resignificación de espacios se construirá un nuevo significado y apariencia a lugares abandonados, las intervenciones artísticas son una forma de construcción para otro panorama exponiendo mensajes con sentido, plasmando las posturas frente a las condiciones del mundo, del entorno y de la realidad.

Con este tipo de gestiones hemos se ha logrado generar empatía no solo entre jóvenes si no también con otras generaciones, logrando mostrar y fortalecer la cultura urbana en los espacios que se intervienen, ya que, siempre de manera indirecta las personas están por obligación en cercanía con todo este ecosistema de pinturas, dibujos y leyendas; todos transitan a lo largo de la ciudad y muchas personas no se percatan de los mensajes o gráficos plasmados en las paredes de esta, en cuanto a la experiencia se logró despertar la curiosidad y generar empatía con un señora de casi 70 años, lo que confirma que cuando se ve una intervención, está, en la cotidianidad genera una especie de misterio con lo cual se aporta a la sociedad según el mensaje y un sentimiento que no puede pasar desapercibido.



Foto: Catalina Reyes

## CONCLUSIÓN

El proceso de este proyecto ha permitido comprender como el arte urbano y la creatividad de artistas emergentes son la herramienta que ha permitido no solo expresar diferentes ideas y sentimientos, también dar otro significado a espacios que han sido olvidados y que son parte de la cotidianidad, que

involuntariamente viéndolos a diario van a generar un impacto en la mente de quienes transiten por allí.

También, tal como se evidencio en la experiencia estas intervenciones y ferias ayudan a contagiar buena energía y ayudan a irradiar de cambios a las personas.

En cuanto a la feria itinerante realmente resulto ser un factor sorpresa porque no se esperó tanta sinergia entre jóvenes en una actividad que no fuera una fiesta o un concierto, realmente era algo muy íntimo y se convirtió en una experiencia realmente gratificante para cada una de las personas que asistieron a este pequeño espacio, muchos crecieron un poco más como marca, otros ganaron algo de dinero, se logró contribuir hasta con la generación de más clientes al negocio de ping pong de la familia que proporcione el lugar y por supuesto nos dio el impulso para poder generar más ferias como esta.

En la opinión personal, se siento gratificante porque se pudo contribuir a la mejora de un espacio que estaba olvidado, se dio la oportunidad del segundo y aporte al crecimiento de los emprendimientos de amigos y conocidos, así mismo se forjaron lazos más fuertes con personas increíbles que prestaron su apoyo sin desear algo a cambio, me alegra ver como la realidad social es una construcción donde cada uno de nosotros aporta a un cambio que se ve representado desde lo más mínimo entre lo tangible y lo no tangible.

Donde se ve lo urbano incorporado en el pensamiento del “cachaco” como imaginario urbano en esa persona que transita y como aquella otra que plasma en muros olvidados lo

que se siente y lo que lo hace libre de expresar teniendo siempre la esencia de un estilo propio.

La gestión de este trabajo logro su cometido en su primera etapa no solo dejando un mensaje de impacto social que va empoderando la imagen femenina, sino que también cambiando los imaginarios de un espacio que es real siempre está ahí pero que nadie lo ve y que lo ayudamos a evolucionar generando unión y apoyo colectivo en tan solo un pequeño lugar de un inmenso, intrigante y lleno de historias y cultura como lo es la calle.

## Referencias

- Ballaz, X. (2009). *El Graffiti como herramienta social*. s.c.: s.e.
- Caillois, R. (2017). *El hombre y lo sagrado*. Bogotá, Colombia: Grupo Fondo de la cultura económica.
- Cepel, H. (1975). *La definición de lo urbano*. s.c.: Edición electrónica de trabajos publicados sobre geografía y ciencias sociales.
- Gama, M. (2016). *Bogotá arte urbano o graffiti entre la ilegalidad y la forma artística de expresión*. Bogotá: Universidad Nueva Granada Military University.
- Guil, R. (2016). *La inteligencia emocional IE y las capacidades de aprender en las calles*. s.c. : Universidad de Cádiz.
- Harris, M. (1979). *El materialismo cultural*. La Florida (EE.UU.): Wikimedia.
- Hombrados, I. (2010). *Calidad de vida y sentido de comunidad en la ciudad*. s.c.: s.e.
- Licon, P. (2016). *El mentidero*. Bogotá: Universidad Nacional.

- Maffesoli, M. (1994). *Fundador de la sociología, ANÁLISIS DE LA POSMODERNIDAD, y concepto Tribu urbana*. Francia: N. Héraul.
- Marc, A. (2000). *Los no lugares. El esoacio del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Pacini, D. (2010). *Pionero olvidado del descubrimiento de arxiv. org. física*. Roma: s.e.
- Pineda, J. F. (2015). El ser hombre desde el cuidado de si. Algunas reflexiones. *Latinoamericana de estudios de familia*, s.p.
- Pink, L. (1970). *Escritura del graffiti realmente rudo*. s.c.: s.e.
- Regulillo, R. (1955). *Mujeres Bacanas*. México: s.e.
- Rodríguez, C. (2011). *El graffiti más allá del arte y de los muros*. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.
- Rodríguez, C. M. (2017). *El graffiti como artefacto comunicador de las ciudades*. Bogotá: Universidad de la Sabana.
- Sarlo, B. (2019). *Las fotos traen el pasado de un modo sorpresivo, se imponen sobre un presente nuevo*. La Plata (Argentina): s.e.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos*. Bogotá, Colombia: Arango Editores.
- Vargas, A. (2017). *Humanidades II Graffiti y el arte urbano en Colombia*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.