

Capítulo 9

De la resistencia a la resiliencia: el arte público como herramienta del neoliberalismo

Pablo Ángel Lugo
pabloangellugo@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259396>



Introducción

Varios aspectos del arte público han sido históricamente herramientas de resistencia, dando voz a comunidades marginalizadas y canalizando críticas sociales hacia estructuras de poder. Sin embargo, en las últimas décadas, el neoliberalismo ha redefinido estas dinámicas, transformando al arte urbano y público en un recurso funcional dentro de los procesos económicos y urbanos. Esta transición, de la resistencia hacia la resiliencia, revela cómo las expresiones artísticas que alguna vez desafiaron al sistema se han convertido en instrumentos que facilitan su adaptación y perpetuación.

Esta ponencia busca explorar las relaciones entre el arte público, el neoliberalismo y los procesos de gentrificación urbana. A través de ejemplos como los barrios de Hackney en Londres, Gracia en Barcelona, Kreuzberg en Berlín y Santa María la Rivera en la Ciudad de México, analizaremos cómo el arte, en lugar de subvertir el orden, actúa como catalizador de inversiones y transformaciones urbanas. Así, se promueve la “resiliencia” de las ciudades mediante el rebranding cultural de barrios, con consecuencias tanto económicas como sociales.

El objetivo principal de este trabajo es demostrar cómo el arte urbano ha sido cooptado por el capital, beneficiando a dinámicas de mercado y desplazando a las comunidades originales. A partir de un análisis documental y cualitativo, examinaremos cómo los artistas, directa o indirectamente, se convierten en agentes y víctimas de este proceso. Finalmente, se propondrán estrategias para recuperar la capacidad crítica del arte público, como la creación de códigos de ética y la organización en colectivos o sindicatos, en un intento por resistir las fuerzas del neoliberalismo.

Marco teórico

Definición de arte público y espacio público

El arte público abarca intervenciones artísticas accesibles al público, desde esculturas hasta obras efímeras en diálogo con la comunidad (Knight, 2008). Por su parte, el espacio público es un territorio colectivo destinado a la interacción social (Mitchell, 2003). Bajo el neoliberalismo, ambas definiciones se ven afectadas por la privatización y la comercialización del espacio.

Relación entre espacio público y financiamiento

Históricamente sostenido como un bien común por el Estado, el financiamiento del espacio público ha transitado hacia actores privados. Las asociaciones público-privadas y eventos comerciales han transformado estos espacios en recursos económicos, limitando su accesibilidad e inclusión social.

Participación en el espacio público

- Estatal: Regula, mantiene y controla el espacio.
- Privada: Genera ingresos a través de concesiones o alquileres.
- Comercial: Promueve bienes y servicios mediante el uso del espacio.

Neoliberalismo y el espacio público

En el neoliberalismo, el espacio público ha pasado de ser un lugar de encuentro ciudadano a una vitrina publicitaria dominada por intereses corporativos, reflejando su mercantilización (Harvey, 2007). La privatización prioriza beneficios económicos, restringiendo su carácter inclusivo y democrático.

Arte público y capital simbólico

El arte público genera valor cultural y prestigio, acumulando capital simbólico que puede transformarse en económico (Bourdieu, 1986). Aunque nacido como resistencia, el arte disidente, como el street art, es frecuentemente cooptado por el mercado para embellecer zonas gentrificadas, beneficiando intereses privados.

Resiliencia y arte público

A pesar de su cooptación, el arte público mantiene potencial para visibilizar luchas sociales y construir resiliencia comunitaria. Sin embargo, la capacidad del mercado para absorber expresiones críticas amenaza su impacto transformador.

Resultados y propuestas

El espacio público ha sido reconfigurado como herramienta neoliberal, excluyendo sectores vulnerables. Para recuperar su potencial crítico, se proponen estrategias como obras anónimas, desvinculadas del mercado, y lideradas por movimientos sociales.

Este enfoque busca redefinir el arte público, devolviéndolo a su función como herramienta de resistencia y transformación social.

Metodología

Este capítulo emplea un enfoque interdisciplinario que combina análisis crítico, observación de campo y estudio documental. Esto permite examinar las transformaciones del espacio público y el arte bajo el neoliberalismo desde perspectivas teóricas y prácticas.

Marco epistemológico

El análisis se basa en teorías críticas como el capital simbólico (Bourdieu, 1986), la cooptación cultural (Harvey, 2007) y el artivismo (Holmes,

2003), para comprender cómo opera el arte público en estructuras económicas dominantes.

Diseño de investigación

1. Revisión bibliográfica Análisis de literatura académica y estudios de caso sobre neoliberalismo, espacio público y arte.
2. Observación de campo Documentación en espacios urbanos, entrevistas informales y análisis visual de intervenciones artísticas.
3. Análisis crítico Interpretación de hallazgos, destacando las tensiones entre resistencia y mercantilización del arte público..

El arte público como herramienta de resistencia y transformación social

Dimensiones simbólicas y materiales del espacio público

El espacio público se configura a partir de dos dimensiones interrelacionadas: la material, que comprende las calles, plazas y parques diseñados para la interacción social, y la simbólica, donde se disputan significados, identidades y relaciones de poder. Según Lefebvre (1991), el espacio no solo es producto de las relaciones sociales, sino que también tiene la capacidad de influir en ellas.

En el contexto neoliberal, estas dos dimensiones del espacio público se ven moldeadas por prioridades económicas que favorecen el consumo y la rentabilidad. Las políticas de privatización, vigilancia y regulación restrictiva transforman los espacios públicos, alejándolos de su función como bienes colectivos. Por ejemplo, las plazas históricas son renovadas para satisfacer los intereses turísticos y corporativos, desplazando actividades culturales y comunitarias. Este proceso refuerza las jerarquías sociales, priorizando las demandas de las élites económicas sobre las necesidades de las comunidades locales (Harvey, 2007).

De esta manera, el espacio público se convierte en un territorio donde la exclusión y la desigualdad se manifiestan tanto en su aspecto material como simbólico. Las narrativas que celebran el consumo como eje de la vida urbana sustituyen el potencial inclusivo y comunitario que tradicionalmente caracterizaba estos espacios.

Exclusión y estructuras económicas

Las estructuras económicas que sustentan el espacio público en el modelo neoliberal perpetúan la exclusión social. La dependencia de asociaciones público-privadas y concesiones limita el acceso de quienes no participan directamente en el mercado. Este fenómeno se observa en la denominada “limpieza social”, que expulsa a poblaciones vulnerables—como personas sin hogar, artistas callejeros y vendedores ambulantes—para adecuar los espacios a los estándares de funcionalidad y estética dirigidos a turistas y élites urbanas (Mitchell, 2003).

Como resultado, el acceso al espacio público deja de ser un derecho colectivo y pasa a convertirse en un privilegio condicionado por la capacidad económica. Esta exclusión se manifiesta en la invisibilización o criminalización de ciertos cuerpos y prácticas, lo que refuerza las desigualdades estructurales existentes.

Prácticas de concesión y desigualdad estructural

El alquiler y la concesión de espacios públicos son estrategias clave dentro del neoliberalismo urbano. Estas prácticas delegan la gestión de espacios colectivos a actores privados, quienes priorizan su explotación económica por encima de su función social. Ejemplos de ello incluyen el uso de parques y plazas para eventos corporativos, los cuales generan ingresos para las administraciones locales, pero restringen el acceso público y convierten estos espacios en recursos al servicio del capital privado.

Estas concesiones no solo perpetúan las desigualdades sociales, sino que también limitan la capacidad de las comunidades para decidir sobre el uso de sus propios espacios. Al privatizar la gestión, se consolidan narrativas que alinean el espacio público con las prioridades del mercado, despojándolo de su potencial como lugar de encuentro e inclusión.

En última instancia, estas prácticas refuerzan una lógica de exclusión, donde solo aquellos con los recursos económicos necesarios pueden disfrutar del espacio público, perpetuando así un ciclo de inequidad estructural.

Gentrificación y el arte urbano

Gentrificación urbana

La gentrificación, como fenómeno urbano, implica una transformación profunda de los barrios, con una reconfiguración tanto material como simbólica del espacio. Según el texto “Gentrificación no es un nombre de señora”, este proceso, aunque centrado en el mercado inmobiliario, también impacta las estructuras sociales y culturales de los barrios (Smith, 1996). Las áreas que históricamente albergaron a sectores de bajos ingresos experimentan un aumento en su valor debido a la llegada de nuevos residentes con mayor poder adquisitivo, lo que eleva los precios de la vivienda y cambia las dinámicas de consumo en esos espacios (Wacquant, 2008). Así, la gentrificación no solo implica un desplazamiento físico, sino también simbólico, ya que impone un nuevo modelo de vida que no tiene cabida para los habitantes originales, quienes son excluidos cultural y económicamente.

Proceso de revalorización y desplazamiento

La gentrificación inicia cuando los desarrolladores urbanos, junto con políticas públicas de mejora, identifican barrios con potencial de revalorización. Con la llegada de nuevos residentes, los precios de alquiler y propiedad aumentan, lo que genera el desplazamiento forzado de los habitantes originales (Wacquant, 2008). Este desplazamiento no solo afecta a las viviendas, sino también a los comercios locales, los cuales son reemplazados por cadenas de mayor poder económico, alterando las costumbres y dinámicas culturales del barrio.

Este proceso se configura como una revalorización desigual, dado que la comunidad original, generalmente de clase baja, no puede adaptarse

al nuevo modelo económico. Además del desplazamiento, los antiguos residentes enfrentan una exclusión cultural, pues la llegada de nuevas clases sociales cambia el paisaje urbano y las prácticas locales. De esta manera, la gentrificación no solo produce un cambio económico, sino también un proceso simbólico de desapropiación de identidad.

El impacto en la identidad del barrio

La gentrificación afecta profundamente la identidad de los barrios, ya que la llegada de nuevos residentes, generalmente ajenos a la cultura local, transforma el entorno para ajustarlo a sus propios gustos y valores. Las costumbres locales, las culturas propias y la memoria colectiva de los habitantes originales se ven amenazadas, ya que el barrio pierde su autenticidad ante la imposición de un modelo ajeno a sus raíces.

Uno de los efectos más visibles es la transformación del paisaje urbano. Los edificios antiguos, que a menudo tienen valor histórico o arquitectónico, son renovados o demolidos, alterando la fisonomía del barrio y afectando el sentido de pertenencia de la comunidad original. Estos cambios no solo modifican la estética del lugar, sino también las relaciones sociales, ya que los nuevos espacios se diseñan para atraer a un público diferente. Así, el espacio público, que antes servía como lugar de encuentro para los habitantes locales, se convierte en un área exclusiva que no fomenta la cohesión social.

El papel de las políticas neoliberales

Las políticas neoliberales juegan un papel central en la gentrificación, al tratar a la ciudad como un producto dentro del mercado global. La lógica de rentabilidad prioriza la capacidad de los territorios para generar beneficios económicos, sin considerar su potencial como espacios de convivencia. El concepto de *city branding*, que busca posicionar a las ciudades como marcas globales, fomenta la llegada de turistas e inversiones extranjeras, pero también genera el desplazamiento de las clases más bajas, quienes no encajan en la “marca” de la ciudad (Harvey, 2007).

Las políticas de “revitalización urbana” se presentan como una so-

lución a la degradación de áreas específicas, pero en la práctica, suelen estar orientadas a aumentar el valor inmobiliario más que a mejorar las condiciones de vida de los residentes originales. Este enfoque refuerza la desigualdad social y empeora las condiciones de vida de los desplazados, pues se priorizan las inversiones privadas que son rentables para el mercado inmobiliario, en lugar de las necesidades de las comunidades locales.

La función del mercado y la “clase creativa”

La llegada de la “clase creativa”, según Richard Florida (2002), juega un papel crucial en la gentrificación, ya que estos profesionales del arte, la tecnología y el diseño buscan residir en barrios con potencial de revitalización. Esta clase, inicialmente vista como un agente de revitalización económica, no siempre tiene un impacto positivo para los residentes originales. Si bien su presencia puede mejorar la actividad económica, también incrementa los precios de la vivienda y hace que los bienes y servicios se vuelvan inaccesibles para los habitantes previos.

La “clase creativa” está estrechamente vinculada a los intereses del mercado inmobiliario, pues su llegada justifica las políticas de gentrificación. Sin embargo, este enfoque de revitalización no toma en cuenta la diversidad de las comunidades locales, sino que favorece a un sector económico que promueve espacios “modernos” y “de moda”. A medida que el barrio se adapta a las necesidades de la nueva clase, los residentes originales pierden sus medios de vida y la capacidad de acceder a recursos como el arte y los servicios culturales, los cuales se transforman en mercancías bajo las lógicas neoliberales.

Cooptación del arte urbano

El arte urbano: de la resistencia a la comercialización

El arte urbano, y particularmente el *graffiti*, nació como una forma de protesta contra la opresión urbana y la estandarización de las ciudades (Ferrell, 1993). Proveniente de sectores marginados, este arte no tenía la intención

de buscar reconocimiento institucional ni de ser comercializado; su objetivo era visibilizar las luchas de las comunidades desfavorecidas y desafiar las estructuras de poder. No obstante, con el tiempo, este tipo de arte ha sido absorbido por las dinámicas del mercado. Como sostiene García Canclini (2001), las formas culturales emergentes en la periferia, en lugar de permanecer como expresiones genuinas, son convertidas en productos de consumo, adaptándose a las demandas del mercado global. El *graffiti*, que inicialmente era una herramienta de resistencia social, ha sido transformado en un símbolo utilizado para atraer turistas y revitalizar barrios, dejando de ser un acto subversivo para convertirse en un componente dentro del marketing urbano.

El arte urbano como herramienta de “revitalización” y gentrificación

La apropiación del arte urbano está estrechamente relacionada con el fenómeno de la gentrificación, especialmente en áreas periféricas. En muchas ciudades, los gobiernos locales y las empresas privadas emplean el arte urbano como una estrategia para atraer turistas y aumentar el valor de las propiedades. Este fenómeno, denominado “revitalización urbana”, utiliza el arte como medio para embellecer áreas deterioradas y hacerlas más atractivas para nuevos residentes de clases medias y altas (Zukin, 1995). En lugar de mantener su rol crítico, el arte urbano se transforma en una herramienta para facilitar el desplazamiento de las comunidades originarias, mientras redefine la identidad cultural del barrio.

El concepto de la ciudad como espacio de consumo, propuesto por Lefebvre (1991), muestra cómo el arte, que en sus inicios representaba la voz de los sectores subalternos, acaba convirtiéndose en un producto controlado por los intereses económicos. Los murales y grafitis, ahora parte del patrimonio urbano de las ciudades gentrificadas, dejan de ser elementos de protesta para transformarse en símbolos de una modernidad que atrae a los turistas, siendo un componente más del consumo en estos espacios.

El arte urbano y el *city branding*

La evolución del arte urbano hacia una herramienta comercial está directamente relacionada con el concepto de *city branding*, una estrategia empleada por las ciudades para posicionarse en el mercado global. El arte urbano, que antes poseía un carácter crítico, ha sido reinterpretado como una manifestación de creatividad y modernidad (Florida, 2002). Murales y grafitis, que antes estaban ligados a la protesta, ahora se convierten en símbolos visuales que representan una ciudad dinámica y vanguardista, adaptada a las demandas del mercado turístico e inmobiliario.

Este cambio de enfoque permite que el arte urbano, percibido ahora como parte integral de la identidad de la ciudad, sea utilizado para atraer tanto a turistas como a emprendedores, quienes buscan no solo servicios urbanos, sino una imagen de modernidad y creatividad vinculada a las tendencias globales. Sin embargo, esta transformación convierte al arte urbano en un producto de consumo, despojándolo de su potencial subversivo y convirtiéndolo en un elemento del embellecimiento comercial.

El caso de las ciudades que se benefician del arte urbano

En diversas ciudades, el arte urbano ha sido asimilado y transformado en una atracción turística. En Berlín, por ejemplo, el Muro de Berlín, que originalmente simbolizaba la división política, ahora es una galería de murales abierta al público, atrayendo a miles de turistas anualmente. En Nueva York, barrios como el East Village y Williamsburg han experimentado una revitalización gracias al arte urbano, que ha actuado como un catalizador para la valorización inmobiliaria. Lo mismo sucede en Bogotá, donde el arte urbano, especialmente en áreas como La Candelaria, ha sido convertido en un atractivo turístico, promoviendo recorridos y festivales que integran el *graffiti* como parte fundamental de la identidad turística de la ciudad.

Este proceso de “revitalización”, sin embargo, no es neutral: aunque el arte urbano puede ser un impulsor del desarrollo económico, también ha causado la gentrificación y el desplazamiento de las comunidades

originarias. A pesar de que los murales continúan siendo una forma de expresión, frecuentemente pierden su carácter contestatario al ser utilizados para embellecer áreas que luego se convierten en zonas exclusivas.

El dilema del arte urbano: resistencia vs. cooptación

Aunque el arte urbano ha sido absorbido por las dinámicas del mercado, sigue existiendo una tensión entre su función como herramienta de resistencia y su cooptación como producto comercial. Como señala Foucault (1975), el arte tiene un potencial subversivo, ya que puede cuestionar las estructuras de poder y visibilizar las demandas de los grupos marginados. A pesar de su transformación en un objeto de consumo, muchos artistas continúan utilizando el espacio urbano para desafiar las políticas neoliberales y las injusticias sociales, sirviéndose del *graffiti* y los murales para manifestar su resistencia en medio de los procesos de gentrificación.

La paradoja radica en que, al ser absorbido por el mercado, el arte urbano pierde gran parte de su capacidad crítica y se convierte en un elemento comercial que, en lugar de cuestionar el orden social, lo refuerza al ser utilizado como parte de la estrategia turística de la ciudad. Este proceso de cooptación plantea un dilema para los artistas urbanos: por un lado, su arte sigue siendo un vehículo de resistencia, pero por otro, se convierte en un producto dentro de un sistema económico que comercializa sus expresiones y las transforma en símbolos de consumo.

El arte público y la gentrificación: ejemplos de transformación urbana

Hackney (Londres): arte público como motor de gentrificación

Hackney, un barrio londinense, ilustra cómo la intervención artística puede actuar como catalizador en procesos de gentrificación. Tradicionalmente conocido como un barrio obrero con una infraestructura urbana

deteriorada, Hackney ha experimentado una transformación radical en las últimas dos décadas. Este cambio ha sido impulsado por diversos factores, entre los cuales destaca el arte público.

Desde principios de los 2000, Hackney comenzó a atraer a artistas y creadores debido a los bajos precios de la propiedad y la autenticidad de sus espacios industriales. Este contexto dio lugar a un renacimiento artístico que inicialmente estaba vinculado a una cultura subcultural y de resistencia. Grafitis, instalaciones y murales transformaron el espacio público, generando un ambiente creativo que capturó la atención de residentes y turistas. Esta proliferación artística no solo embelleció las calles de Hackney, sino que también redefinió su identidad cultural.

Sin embargo, la relación entre arte y revitalización urbana es compleja. Aunque el arte público puede fortalecer el tejido social y cultural de un barrio, también tiene el potencial de convertirse en una herramienta para la gentrificación. En Hackney, las intervenciones artísticas contribuyeron a mejorar la imagen de la zona y a atraer a nuevos residentes de mayor poder adquisitivo. Los murales y las instalaciones, diseñados inicialmente para resaltar la identidad cultural del barrio, comenzaron a ser utilizados como estrategias para “rebrandear” Hackney como un lugar moderno, dinámico y atractivo para inversores y clases medias-altas.

Este proceso no es casual. Zukin (1995) señala que el arte frecuentemente actúa como un catalizador en la gentrificación, justificando el cambio social y económico mediante su estética y atractivo cultural. En Hackney, el arte público pasó de ser una forma de expresión comunitaria a un recurso instrumentalizado por desarrolladores inmobiliarios. Proyectos artísticos de gran escala y murales en espacios clave del barrio fueron utilizados para embellecer la zona, incrementando el valor de las propiedades y el interés turístico. Este cambio, aunque positivo en términos de desarrollo urbano, tuvo un impacto significativo en las comunidades locales. A medida que aumentaron los alquileres y los costos de vida, muchos de los residentes originales de Hackney se vieron desplazados hacia zonas periféricas, desarraigados de sus comunidades.

El caso de Hackney resalta las tensiones inherentes al uso del arte público en procesos de revitalización urbana. Lo que alguna vez fue un medio de resistencia cultural y cohesión social se transformó en un

instrumento de exclusión. Como resultado, las características originales del barrio y su población trabajadora han sido marginadas, mientras que el arte, en lugar de resistir, ha sido cooptado para atraer a una nueva población más acomodada. Este fenómeno subraya la paradoja del arte público en contextos urbanos contemporáneos: una herramienta de inclusión que, a menudo, se convierte en un motor de exclusión.

Gracia (Barcelona): el arte urbano como motor de gentrificación y revalorización

Gracia, un barrio barcelonés conocido por su identidad de clase trabajadora, ha sufrido una transformación profunda en las últimas décadas, impulsada por el turismo y el arte urbano. Este proceso de revalorización ha reconfigurado el espacio y generado tensiones sociales, especialmente debido a la gentrificación, que ha desplazado a los habitantes originales en favor de turistas y nuevas clases medias. Como señala Smith (2002), el arte y la cultura urbana pueden actuar como herramientas de “revalorización”, embelleciendo un barrio mientras facilitan su transformación para las clases medias y altas, dejando atrás a los sectores más empobrecidos.

Históricamente, Gracia fue un barrio obrero caracterizado por su arquitectura modesta, pequeñas calles y plazas que albergaban comunidades trabajadoras unidas. Durante el siglo XX, logró mantener una identidad comunitaria fuerte, lejos de las dinámicas turísticas que transformaban otras áreas de Barcelona. Sin embargo, tras los Juegos Olímpicos de 1992, el auge del turismo en la ciudad modificó significativamente las dinámicas urbanísticas, afectando también a Gracia.

El arte urbano se convirtió en un motor clave de la gentrificación del barrio. Durante las últimas dos décadas, Gracia ha visto una proliferación de murales y proyectos artísticos que no solo han embellecido sus calles, sino que también han sido utilizados como parte de un proceso de “rebranding”. A través del arte público y eventos culturales, Gracia ha sido transformado en un destino bohemio y alternativo que atrae a turistas y residentes jóvenes de clase media-alta. Estas intervenciones artísticas no solo cumplen una función estética, sino que también han redefinido la identidad del barrio, alineándola más con los intereses del mercado inmobiliario y el turismo.

A medida que Gracia ganaba atractivo como destino cultural, los precios de las propiedades aumentaron, lo que llevó al desplazamiento de muchos de los residentes originales hacia zonas más periféricas de la ciudad. Este fenómeno ilustra cómo el arte urbano, inicialmente concebido como una forma de expresión y resistencia social, puede ser cooptado por el mercado para promover la exclusión y el desarraigo. Ley (1996) destaca que el arte público no solo embellece los espacios urbanos, sino que también redefine simbólicamente las identidades de los barrios, atrayendo a inversores y turistas a costa de las comunidades locales.

La comercialización del arte en Gracia ha creado un mercado visual en el que la estética y el atractivo cultural del barrio se han convertido en mercancías. Este proceso ha desplazado a los residentes originales, quienes formaban parte activa de la comunidad cultural, en favor de un público que consume la imagen bohemia y alternativa del barrio sin involucrarse en su historia ni en las problemáticas sociales de sus habitantes más vulnerables. Como resultado, la transformación de Gracia ha profundizado las desigualdades sociales y alterado el carácter original del barrio, ejemplificando el impacto paradójico del arte urbano en los procesos de gentrificación.

Berlín: el muro de Berlín y la gentrificación en Kreuzberg

El barrio de Kreuzberg en Berlín ilustra cómo el arte público, especialmente en las intervenciones artísticas en el Muro de Berlín, ha desempeñado un papel crucial en los procesos de gentrificación urbana. Este distrito, antes marginado, se ha transformado en un área de moda con alta demanda inmobiliaria y aumento de los precios, impulsado en parte por el valor simbólico y funcional del arte urbano. Antes de la reunificación alemana en 1990, Kreuzberg, rodeado por el Muro, era un refugio para inmigrantes, activistas y artistas, con una identidad ligada a la resistencia política y la subcultura. Movimientos como el punk y el activismo radical definieron su carácter distintivo en el contexto de la Guerra Fría (Harvey, 2005).

En paralelo, Santa María la Rivera en la Ciudad de México también ha sufrido transformaciones similares. El desplazamiento de comunidades originales ha reconfigurado dinámicas sociales y económicas, eliminando redes de apoyo y tradición. Familias y negocios tradicionales han sido sustituidos por residentes jóvenes y turistas que buscan una “autenticidad” estética, desconectada de la historia del barrio. Este cambio no solo transforma el paisaje cultural y económico, sino que también refleja las tensiones entre la identidad original del barrio y las nuevas dinámicas de consumo cultural.

En ambos casos, el arte urbano ha pasado de ser una herramienta de resistencia a convertirse en un motor de valorización inmobiliaria. En Santa María la Rivera, murales e instalaciones, originalmente concebidos como elementos de lucha social, se han transformado en productos de consumo, promoviendo la gentrificación y perdiendo su capacidad crítica. Según Harvey (2005), este uso instrumental del arte es característico del neoliberalismo, donde el valor cultural de los espacios se utiliza para atraer inversiones y aumentar la rentabilidad de las ciudades.

La visibilidad global que el arte urbano otorga a barrios como Santa María la Rivera puede percibirse como un logro, pero también plantea una paradoja. Si bien atrae atención internacional, esta misma visibilidad contribuye al desplazamiento de sus habitantes originales. Turistas y nuevos residentes, con mayor poder adquisitivo, alteran la estructura social del barrio, incrementan los costos de vida y generan exclusión. Esto refuerza las desigualdades sociales y erosiona los valores culturales que inicialmente definían el carácter del lugar.

Santa María la Rivera: un barrio en transición

Santa María la Rivera, un barrio tradicional de la Ciudad de México, ha experimentado una transformación significativa impulsada por procesos culturales y económicos, siendo el arte urbano uno de los principales motores de este cambio. Anteriormente habitado por comunidades de clase trabajadora, hoy atrae a artistas, turistas y desarrolladores inmobiliarios, lo que ha transformado su identidad. A través de murales y proyectos artísticos, el barrio se ha posicionado como un centro cultural emergente, con temas de identidad mexicana y luchas sociales en el centro de sus intervenciones.

La revalorización del barrio comenzó con proyectos del gobierno y la iniciativa privada que buscaban atraer a nuevos residentes y turistas mediante murales, eventos culturales y galerías. Estos esfuerzos lograron atraer a un público diverso, pero también provocaron la gentrificación del área. Según Zukin (1995), a medida que aumentaba la visibilidad del arte urbano, los precios de alquiler se elevaron, lo que llevó al desplazamiento de las familias tradicionales hacia zonas más periféricas.

La gentrificación en Santa María la Rivera también desplazó a comercios tradicionales, como mercados y tiendas de abarrotes, que fueron sustituidos por tiendas de diseño, restaurantes y cafés boutique. El arte urbano, originalmente subversivo, se convirtió en una herramienta de marketing para repositionar el barrio en el mapa turístico y residencial. Este fenómeno muestra cómo el arte, absorbido por intereses económicos, pierde su capacidad crítica y se convierte en un atractivo dentro del proceso de gentrificación, lo que refuerza las lógicas del mercado inmobiliario.

Aunque el arte urbano ha dado al barrio una nueva identidad cultural, también ha exacerbado las divisiones sociales. La llegada de nuevos residentes y turistas ha aumentado la brecha entre ricos y pobres, alterando la cohesión social del barrio y diluyendo sus relaciones comunitarias. Como señala Zukin (1995), uno de los efectos más destructivos de la gentrificación es el desplazamiento de las comunidades históricas, sustituyendo sus tradiciones por las de una clase media-alta que busca lo “auténtico” sin involucrarse en las luchas sociales que le dieron forma. En este contexto, el arte, que antes servía para fortalecer la comunidad y resistir las transformaciones del mercado inmobiliario, ha facilitado la gentrificación al agregar valor a la propiedad y atraer a nuevos residentes con mayor poder adquisitivo.

Artivismo y erosión de la lucha política

El artivismo, que fusiona arte y activismo, ha perdido gran parte de su capacidad subversiva en el contexto neoliberal. El sistema capitalista lo convierte en un producto simbólico que, en lugar de cuestionar el orden establecido, lo refuerza. A medida que el arte se mercantiliza, se aleja de su función crítica y se convierte en un espectáculo que respalda las

estructuras de poder. Un ejemplo es cómo el arte en barrios como Santa María la Rivera contribuye a la gentrificación, en lugar de desafiarla.

Este fenómeno refleja cómo el activismo, absorbido por el mercado, pierde su potencial de cambio social y se convierte en un medio para promover el consumo. Así como los festivales de arte patrocinados por corporaciones se transforman en eventos de marketing, el activismo en barrios gentrificados se convierte en una herramienta para atraer inversiones y promover el consumo, desvirtuando su propósito original.

Una de las principales consecuencias es la individualización del arte, desplazando las luchas colectivas hacia la figura del artista como líder. Este fenómeno recuerda a la gentrificación, donde las comunidades originales son desplazadas y los artistas se convierten en agentes de revalorización de los barrios. De este modo, el arte se convierte en un vehículo para la acumulación de capital simbólico y económico, más que en una expresión de lucha colectiva.

Además, el activismo puede ser utilizado por gobiernos autoritarios para legitimar su imagen, convirtiéndose en una herramienta de “lavado cultural”. Al igual que en la gentrificación, el arte se utiliza para suavizar tensiones sociales y económicas, despolitizando las luchas sociales y colaborando con el régimen.

Los artistas, al contribuir al proceso de gentrificación mediante su arte, se ven atrapados en una contradicción. Aunque juegan un papel clave en la revitalización de barrios, también son víctimas del aumento de los precios inmobiliarios, lo que lleva al desplazamiento de las comunidades originales, incluidos los propios artistas. Esta relación compleja entre arte, mercado y poder refleja cómo los artistas pueden ser tanto agentes de cambio como víctimas del sistema que contribuyen a crear.

El arte urbano, que surgió como resistencia, ha sido cooptado por el mercado neoliberal, convirtiéndose en productos estéticos utilizados por marcas. Esto diluye su contenido crítico y lo transforma en mercancía consumible. Lo mismo ocurre con el arte público, que ha sido absorbido por proyectos de revalorización urbana, donde se utiliza para promover la ciudad como un producto atractivo para inversiones y turismo, en lugar de representar las voces de las comunidades.

En este contexto neoliberal, el arte público ya no actúa como una herramienta de resistencia, sino como un instrumento para la revalorización económica. Proyectos artísticos como murales y esculturas, que antes visibilizaban luchas sociales, ahora transforman los barrios en zonas comerciales, elevando los precios inmobiliarios y desplazando a las comunidades originales.

Aunque el arte público en la gentrificación puede generar beneficios estéticos y turísticos, también excluye a las comunidades locales. Los artistas, al colaborar en estos procesos, quedan atrapados en un ciclo de precarización y desplazamiento. Sin embargo, el arte público sigue teniendo el potencial de resistir y recuperar su función transformadora cuando es creado a partir de proyectos comunitarios en los que las comunidades locales participan activamente.

La precariedad laboral y la necesidad de resistir

La precariedad laboral de los artistas los obliga a aceptar encargos comerciales que explotan su creatividad sin reconocer el valor artístico o crítico de su trabajo. Zukin (1995) señala que en barrios gentrificados, los artistas son explotados por el mercado que se beneficia de la “autenticidad” de sus obras. Sin embargo, tienen el potencial de resistir, formando colectivos que defiendan sus derechos y la integridad de su arte, tal como sugiere Ley (1996).

La sindicalización y la formación de colectivos autónomos son estrategias clave para fortalecer su capacidad de resistencia. Estos colectivos buscan no solo mejorar las condiciones laborales, sino también promover un arte enfocado en la transformación social y política.

El arte público y el artivismo, cooptados por el neoliberalismo, requieren nuevas estrategias para recuperar su potencial transformador. Se proponen tres líneas de acción:

1. Anonimato y ruptura con el mercado: El anonimato permite que el arte mantenga su función de resistencia, como ocurre con el *graffiti* y el stencil.
2. Obras como propaganda y reproducción masiva: La difusión de obras con fines propagandísticos democratiza el acceso al arte, priorizando el mensaje social sobre el valor comercial.

3. El rol de los movimientos sociales en la producción artística: El arte debe surgir de procesos colectivos, vinculándose a luchas sociales y empoderando a las comunidades.

Propuestas de resistencia y acción

1. Recuperación de la capacidad crítica del arte público: El arte debe cuestionar las dinámicas neoliberales y devolver al espacio público su función de debate y resistencia.
2. Sindicalización y organización colectiva: Los sindicatos y redes de solidaridad permiten a los artistas negociar condiciones laborales justas y defender su autonomía creativa.
3. Resistencia y autonomía artística: Los artistas deben mantener su autonomía frente a las presiones del mercado, creando arte que no pueda ser cooptado.

Propuesta de un código de ética artística: Establecer principios para preservar la integridad del arte, evitando su instrumentalización en procesos de gentrificación y favoreciendo la justicia social.

Sindicalización, resistencia y autonomía artística

1. Sindicalización y organización colectiva: Los sindicatos protegen los derechos de los artistas, permitiendo negociar mejores condiciones laborales y resistir la comercialización del arte.
2. Resistencia y autonomía artística: Crear alternativas que promuevan la transformación social, como intervenciones críticas contra la gentrificación y proyectos comunitarios.
3. El arte como agente de cambio social: El arte debe abordar problemas de desigualdad y exclusión, promoviendo la acción colectiva y la solidaridad.
4. Resiliencia crítica: El arte público debe ser un espacio de solidaridad y crítica social, empoderando a las comunidades y fortaleciendo redes sociales.
5. Cuestionamiento de las lógicas del capital: El arte debe desafiar las dinámicas mercantiles, manteniendo su independencia crítica mediante intervenciones disruptivas.

6. Solidaridad y redes: La solidaridad es esencial para fortalecer la resistencia colectiva y defender la integridad del arte y las condiciones laborales justas.
7. El papel de los sindicatos en la resistencia cultural: Los sindicatos como el IWW en México son fundamentales para defender los derechos de los trabajadores culturales y promover políticas públicas de apoyo.

Construcción de redes solidarias y transformación del espacio urbano

1. Redes solidarias en el sector cultural: Las redes colaborativas y plataformas solidarias amplifican las voces de los artistas y comunidades. Estas incluyen redes locales, colaboración internacional y plataformas digitales.
2. Propuestas concretas para la acción solidaria: Espacios de formación, fondos solidarios para artistas y campañas de sensibilización para promover condiciones laborales justas.
3. Transformación del espacio urbano: El arte público puede reconfigurar los espacios urbanos, generando nuevas narrativas que desafíen las jerarquías sociales y fortaleciendo el sentido de pertenencia y agencia colectiva.

Conclusiones

El neoliberalismo ha reconfigurado profundamente las políticas culturales y urbanas, especialmente en lo relacionado con el arte público. Este proceso ha instrumentalizado el arte como un mecanismo para la valorización económica de los espacios urbanos, promoviendo fenómenos como la gentrificación y la exclusión social. Sin embargo, también ha emergido como un medio de resistencia crítica, cuestionando las dinámicas de poder del sistema neoliberal. En este contexto, el arte público se presenta como un espacio ambiguo, capaz tanto de consolidar formas de control social como de subvertirlas al visibilizar injusticias sociales.

La gentrificación transforma no solo los barrios urbanos, sino también sus estructuras sociales y culturales. Este fenómeno, lejos de ser una simple

mejora del entorno, conlleva el desplazamiento de poblaciones vulnerables y la pérdida de las características históricas y culturales de los barrios. Impulsada por políticas neoliberales y la llegada de clases creativas, responde a una lógica capitalista que prioriza la maximización de beneficios, desatendiendo las necesidades de las comunidades tradicionales.

En este contexto, el arte público juega un papel paradójico: puede servir como una herramienta de resistencia colectiva, pero también como motor de revalorización económica que favorece el desplazamiento. Ejemplos como los barrios de Gracia en Barcelona y Santa María la Rivera en Ciudad de México muestran cómo el arte urbano, aunque revitaliza, puede contribuir a la exclusión social al ser cooptado por dinámicas neoliberales. Esta ambivalencia resalta la compleja relación entre cultura, economía y poder en las ciudades contemporáneas.

A pesar de estas tensiones, el arte público sigue albergando el potencial de transformación social. Iniciativas como la sindicalización de artistas y la creación de códigos éticos ofrecen caminos para desafiar las dinámicas mercantiles que intentan controlar la producción artística. Estas propuestas permiten recuperar la autonomía del arte público y reposicionarlo como un vehículo de resistencia y justicia social.

Finalmente, para que el arte público recupere su función transformadora, es esencial desvincularlo de las dinámicas mercantiles del neoliberalismo y orientarlo hacia la construcción de ciudades más inclusivas y equitativas. La resiliencia crítica, basada en proyectos participativos, redes solidarias y la reivindicación del espacio público, constituye un marco poderoso para transformar el arte en una herramienta activa contra las desigualdades urbanas.

Referencias bibliográficas

- Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Penguin Books.
- Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso Books.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production*. Columbia University Press.
- Bourriaud, N. (2002). *Relational aesthetics*. Les Presses du Réel.
- Ferrell, J. (1993). *Crimes of style: Urban graffiti and the politics of criminality*. Northeastern University Press.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. Basic Books.
- Foster, H. (2002). *The return of the real: Art and theory at the end of the century*. MIT Press.
- Foucault, M. (1975). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Guattari, F. (1995). *Chaosmosis: An ethico-aesthetic paradigm*. Indiana University Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Hedstrom, R. (2018). Ethics and urban art: Navigating the tensions between commerce and community. *Journal of Urban Cultural Studies*, 5(3), 210–225.
- International Workers of the World. (2023). *Organizing for justice in culture*. <https://iww.org>
- Kester, G. H. (2011). *The one and the many: Contemporary collaborative art in a global context*. Duke University Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.
- Ley, D. (1996). *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*. Routledge.
- Lugo Martínez, P. A. (en prensa). *Hacia una teoría libertaria del arte: Relaciones entre la filosofía política anarquista y las prácticas artísticas transgresoras contemporáneas* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Valencia.

- Rancière, J. (2006). *The politics of aesthetics: The distribution of the sensible*. Continuum.
- Sennett, R. (2006). *The culture of the new capitalism*. Yale University Press.
- Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: Gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427–450.
- Thornton, S. (2014). *33 artists in 3 acts*. W. W. Norton & Company.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Blackwell.

Voces en la calle: narrativas del graffiti y el arte urbano, escenarios de creación y turismo. Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de graffiti y arte urbano.

Se terminó de editar en diciembre de 2025

en los talleres de Astra Ediciones

Av. Acueducto No. 829

Colonia Santa Margarita, C. P. 45140

Zapopan, Jalisco, México.

(52) 33 38 34 82 36

E-mail: edicion@astraeditorial.com.mx

www.astraeditorialshop.com

Este libro contiene textos testimoniales del fenómeno social artístico que recupera la epidermis urbana para incorporarla al diálogo ciudadano, testimonios que son a su vez reflexiones sobre una compleja emergencia de incidencia transversal en la turistificación, la gentrificación, la especulación inmobiliaria, la espacialidad del arte, la comercialización de la cultura o la territorialidad de las políticas públicas. El conjunto de aportaciones contribuye al entendimiento crítico de la pictografía callejera y con ello de la vida urbana.

ISBN: 979-13-88142-24-6



9 791388 142246



Consulta y descarga

