

El arte sale a la calle

Art goes out

ESTÍBALIZ PÉREZ ASPERILLA
Universidad Complutense de Madrid
estibaliz_asper@hotmail.com

Recibido: 24/05/2012

Aceptado: 02/07/2012

Resumen

Hoy en día nos encontramos ante un arte que además de utilizar ese espacio físico que nos brindan los museos tradicionales, necesita buscar nuevas formas de difusión para sus obras, además de diferentes técnicas y soportes innovadores. Por lo tanto, por qué no utilizar el espacio abierto, es decir, la ciudad en sí misma, sus calles, sus fachadas o sus jardines.

Palabras clave

arte; museo; calle; nuevos soportes; interactividad; participación; innovación; artistas; ciudadanos; nuevas tecnologías; publicidad.

Abstract

Nowadays we find ourselves facing an art which not only has to use the physical space that traditional museums offer, but also needs to find new ways to spread its works as well as its different techniques and innovative supports. Therefore why should we not use the open space, the city itself, its streets, its façades or its gardens.

Key Words

art; museum; street; new supports; interactivity; participation; innovation; artists; citizens; new technologies; advertising.

Sumario: 1. Introducción. 2. Espacio. 2.1. Plazas y avenidas. 2.2. La arquitectura como soporte. 2.3. Nuevos espacios dentro de la ciudad –taxis y viviendas-. 2.4. Nuevos

soportes. 3. Tiempo. 4. Personajes: ciudadanos, gente de paso, turistas y artistas. 5. Acción. 6. Arte y publicidad. 7. Nuevas tecnologías. 8. Problemas. 8.1. Fines no definidos y falta de información. 8.2. Mala ubicación. 8.3. Desperfectos. 8.4. Clima. 8.5. Vandalismo. 9. Conclusiones.

1. Introducción

En los museos tradicionales nos encontramos con obras de arte intocables que nos permiten un mínimo acercamiento cuando en realidad estamos ante una época en la que el público quiere tocar, interactuar, sentir y probar.

En una sociedad como la nuestra en constante y acelerado cambio, donde la voracidad consumista y el deseo de novedad presiden muchas veces incluso el desarrollo y las aplicaciones museológico-museográficas, el museo y la ciencia que de éste se ocupa como objeto de estudio no pueden mantenerse imperturbables y anacrónicos ante la mutación continua de su entorno, por más que aquél haya venido significando casi intrínsecamente a lo largo de su historia la identificación con lo permanente, la excelencia de los valores inmarchitables e inmutables. (Alonso, 1999: 63)

Las exposiciones y *performances* en la calle permiten una mayor conexión entre el espectador y el arte dándose así un sin fin de experiencias que enriquecen a ambos. Y es que el arte en la calle cumple los parámetros planteados por Marc Maure a la hora de pensar en la implantación de una nueva tipología de museo (Alonso, 1999: 82-83). Es decir, facilita la denominada democracia cultural, difundiendo así la cultura de cada grupo; se crea una pluridisciplinariedad frente a la monodisciplinariedad que ofrece el museo tradicional pasando así del público a la comunidad y del edificio al territorio; se consigue una mayor concienciación de la comunidad respecto a su cultura; se presenta un sistema abierto e interactivo; se establece un diálogo entre sujetos gracias a la participación activa de la comunidad y por último, la exposición se convierte en un método que permite el diálogo y la concienciación.

Para poder hacer un recorrido por las principales características, ventajas e inconvenientes del arte en la calle, primero se hará referencia al espacio en el que se emplazan las obras, representaciones y *performances* entre otras actividades artísticas; a la duración de las obras emplazadas en espacios abiertos frente a las de los museos tradicionales; se estudiará la participación de los diferentes personajes –ciudadanos, turistas, gente de paso y artistas– en las actividades artísticas; se enumerarán las principales acciones que los diferentes personajes pueden realizar en este nuevo museo –participación, observación, interacción y diálogo, entre otras–; se analizará la importancia que tiene en este caso la conexión entre el arte y la publicidad; se enumerarán las principales tecnologías que se aplican y por último, se mencionarán los principales problemas que un espacio abierto supone para la conservación de las obras, así como para el confort y seguridad del público.

2. Espacio

En un museo tradicional nos encontramos con espacios cerrados a los que nos tenemos que atener y que en varias ocasiones limitan mucho a la hora de exponer ciertas obras. Sin embargo, las calles, los jardines y lo que viene a ser la ciudad en sí, ofrecen un espacio abierto que hay que saber utilizar eficientemente.

2.1. Plazas y avenidas

Como museo, dentro de la ciudad hay lugares que tienen una especial disposición para utilizarlos como contenedor expositivo –plazas y avenidas destinadas a colocar en ellas esculturas–. Pero hay que tener en cuenta que el medio urbano, como el natural, es un objeto expositivo en sí mismo.

En la actualidad está generalizada la opinión de que las funciones del museo sobrepasan los límites de su edificio y colecciones, que puede y debe extender su presencia fuera del mismo. Esta se traduce en múltiples formas de relación entre el museo y distintos grupos sociales. [...] La mayoría de las actividades que los museos organizan para el gran público fuera de sus muros pretenden difundir el museo y su contenido ante un público potencial, que generalmente no acude al museo, mediante actividades más lúdicas». (Valdés, 1999: 226, 227).

Dentro del programa cultural *Arte en la Calle* de Valencia 2006-2007, se expusieron varias esculturas de Manolo Valdés en la Gran Vía del Marqués del Turia. Esta exposición fue considerada como un diálogo entre el arte y el ciudadano además de un acercamiento de la cultura a la comunidad. De esta manera, la intención no era únicamente una mayor interacción, sino conseguir así un lugar de encuentro entre personas de diferentes edades y procedencias.

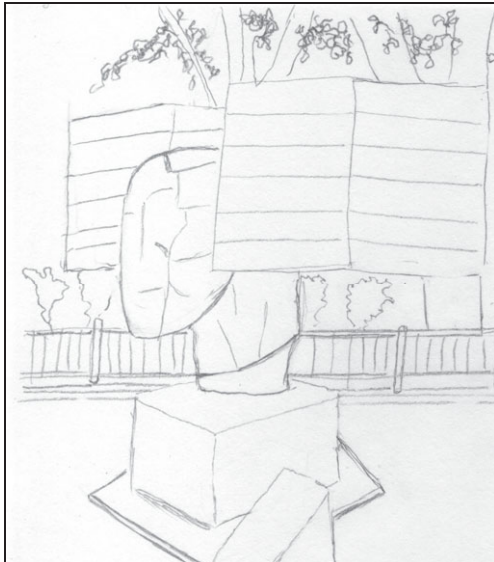


Fig. 1
Dibujo de una de las esculturas de Manolo Valdés. *Arte en la Calle*, Gran Vía del Marqués del Turia. Valencia 2006 – 2007.

2.2. La arquitectura como soporte

La arquitectura es a la vez soporte y objeto, es decir, contenedor y contenido. Cada fachada puede funcionar dentro del medio urbano como un panel dentro de una exposición.

Del 20 de septiembre al 11 de noviembre del 2007 se realizó el proyecto *Toledo crea Toledo*¹ que consistía en una serie de acciones y talleres que tenían como espacio expositivo la sala ECAT (Espacio Contemporáneo Archivo de Toledo). Se puso en concurso la realización de una exposición para esta sala durante dichas fechas y entre los participantes se encontraba el colectivo PKMN (pac-man) –un grupo de arquitectos formados en Madrid desde 2006–

¹ <http://toledocreatoledo.blogspot.com/>

cuyo objetivo era explorar diferentes temas como la ciudad o el cuerpo a través de la aplicación del pensamiento y diferentes herramientas como los proyectos arquitectónicos. Tras ganar dicho concurso, PKMN en vez de exponer una obra dentro de la sala, decidió que fuese Toledo quien la crease. Todas las fotos, objetos, vídeos y demás materiales realizados durante estas actividades, se expondrían en la sala de arte contemporáneo durante 10 días. Una de las actividades realizadas consistió en repartir 200 pomperos entre 200 personas que se encontraban en la plaza del Ayuntamiento ya fuesen habitantes, turistas o gente de paso. Las pompas que realizaba el público alteraban así el espacio, convirtiendo la plaza y la fachada de la catedral en un lugar único donde los reales protagonistas no eran grandes artistas, sino el habitual espectador que en ese momento se encontraba formando parte activa de ese espacio artístico tan singular.

En el proyecto *Cáceres crea Cáceres*² (septiembre-octubre 2008), los ciudadanos se convirtieron en los protagonistas de la exposición. Se hicieron 2.016 fotos y vídeos de cacereños a través de un fotomatón ambulante. Se trataba de un proyecto para ser protagonista de la candidatura de Cáceres como capital cultural Europea 2016. Las fotos se ubicaron por toda la ciudad utilizando incluso las fachadas de ciertos monumentos.

2.3. Nuevos espacios dentro de la ciudad –taxis y viviendas–

Pero dentro de la ciudad hay otros muchos soportes y espacios que se utilizan para la difusión del arte, lo que se puede comprobar en acciones artísticas como *Taxi Madrid* y el *Sobre Vacío*, que detallamos a continuación.

En Madrid Abierto 2005³ se realizó una intervención pública móvil que llevaba por nombre *Taxi Madrid* realizada por Rebekka Reich y Anne Lorenz⁴ la cual consistía en una serie de taxis con mini-instalaciones que realizaban el recorrido Recoletos-Paseo del Prado. Se realizaron previamente varias entrevistas a antiguos habitantes de Madrid para así obtener recuerdos personales e intrigantes de la ciudad. Se realizó una especie de *collage* sonoro junto a ob-

² <http://cacerescreacaceres.blogspot.com/>

³ <http://madridabierto.com>

⁴ <http://madridabierto.com/en/intervenciones-artisticas/2005/rebekka-reich-anne-lorenz.html>

jetos dentro del automóvil provocándole así al pasajero un lapso de tiempo. La intención era conseguir una fusión de recuerdos de antaño con la situación actual del pasajero consiguiendo así una exposición espectáculo:

Las exposiciones espectáculo son aquellas cuyo objetivo primordial consiste en presentarnos, a la vez, una serie de experiencias estéticas y pedagógicas, desde una perspectiva eminentemente lúdica y teatral. [...] intentan combinar elementos propios de la exposición y del teatro, resaltando aquellos aspectos que tienen relación especial con la percepción de los sentidos. Para ello, se crea una dinámica activa en la que el visitante es invitado a participar en un decorado, lleno de luces y sensaciones, capaz de crear un ambiente lúdico en el que ha de involucrarse necesariamente. (Hernández, 1998: 276)

El Sobre Vacío de Simón Zabell⁵ de Interferencia⁶ sur 2008 realizada en Granada y el área metropolitana, fue un proyecto de arte público consistente en el envío de cinco mil sobres de correo aéreo vacíos que contenían un texto impreso en su interior haciendo referencia a la realidad que estaba viviendo el receptor. Tenía la intención de crear en el lector la ilusión de que en algún grado su vida era una ficción narrada. Se planteaba como obra de arte público por el hecho de que llegaba al espectador de manera inesperada.

2.4. Nuevos soportes

Las señales de tráfico, las cabinas, las paradas de autobús y los bancos entre otros, se convierten en novedosos soportes para todas esas obras que deciden inundar las calles y que consiguen así formar parte del día a día de los ciudadanos. Es el caso de una de las intervenciones llevadas a cabo para Interferencia 2008 Barcelona⁷ donde la ciudad fue durante cuatro días invadida por sorprendentes obras de arte realizadas por artistas como Mark Jenkins, Living Senses y David Cerny. Se realizaron trabajos simulando figuras humanas infiltradas en la ciudad, interactuando y reivindicando el uso público de la calle, transformando así los edificios, fachadas y aceras.

⁵ http://www.interferencia.info/PAGS/2008/Program_08_GRANADA.html

⁶ Interferencia se trata de una serie de intervenciones artísticas que quieren revalorizar y dinamizar el espacio público de la ciudad.

⁷ http://www.interferencia.info/PAGS/2008/Programacion_2008.html

3. Tiempo

Los museos tienen un horario limitado, mientras que en la calle éste es ilimitado. Pero uno de los mayores inconvenientes de las obras de arte expuestas al aire libre es que dependen de las condiciones meteorológicas y dado que su conservación es peor que las que se encuentran en el interior de un edificio, la duración de la exposición puede ser menor que la que se puede dar en un museo tradicional. No obstante, las exposiciones itinerantes o temporales tienen un papel muy importante en lo que a la modernización museográfica se refiere:

[...] resulta evidente que el auge y el espectáculo que ofrecen las exposiciones temporales e itinerantes en nuestros días son otras de las causas determinantes. Han terminado por adquirir una enorme complejidad y creciente importancia sociocultural, a cuyo fin han contribuido muy decisivamente las repercusiones de las técnicas teatrales y su particular lenguaje en la concepción del espacio de exhibición, en la representación y puesta en escena, junto con la iluminación efectista de los objetos, etc. (Alonso Fernández, 1999: 154)

A ello hay que añadir la posibilidad de poder disfrutar de las diferentes tonalidades, iluminaciones y sombras que una obra de arte en la calle puede experimentar gracias a luz natural del sol, la luna, fenómenos meteorológicos como la niebla, la lluvia o el viento además de otros factores como la iluminación de los focos o las farolas que se pueden encontrar en la vía pública.

4. Personajes: ciudadanos, gente de paso, turistas y artistas.

Los ciudadanos, la gente de paso, los turistas e incluso los propios artistas cada vez tienen un papel más activo en cuanto al arte en la calle se refiere. Este protagonismo compartido se puede comprobar en diferentes instalaciones como *Speakhere!*, *Enrédate* y *El Museo Peatonal*.

En *Speakhere!* de Nicole Cousino y Chris Vecchio⁸ (Madrid Abierto 2006), todo aquél que pasase por su lado podía jugar e interactuar con la obra de arte. Proporcionaba la posibilidad de expresarse con total libertad dando a

⁸ <http://madridabierto.com/es/intervenciones-artisticas/2006/nicole-cousino-chris-vecchio.html>

conocer su opinión ante un público desconocido sin el temor de quién era el que estaba al otro lado escuchando sus ideas.

En la instalación *Enrédate* de Anita Serrano⁹ de Interferencia Barcelona 2007, se propuso la realización de un *twister*. Para ello, todas aquellas personas que pasasen por allí tenían la posibilidad de participar en construir el juego buscando materiales como plásticos, cuerdas y maderas entre otros. De esta manera, se conseguía que el público además de disfrutar, pudiera compartir ideas, opiniones e interactuar con los demás.

[...] la museografía no debe renunciar al aprendizaje lúdico ya que es evidente que sobre el aburrimiento no es fácil construir nada sólido. [...] No se concibe, en determinados ambientes, que una exposición seria pueda contener elementos lúdicos. Y sin embargo, hoy hay que plantear el juego en el museo como algo positivo, capaz de generar conocimiento. (Santacana, 2005: 640)

El Museo Peatonal de María Alos y Nicolás Dumit¹⁰ de Madrid Abierto 2005 se trataba de un museo itinerante que contenía una colección consistente en las donaciones de aquellas personas que lo visitaban. Los artistas se presentaban al público fingiendo ser museógrafos, instaladores y personal del museo, ofreciendo así una total interactividad entre el espectador y el artista. De esta forma, el público pasaba de tener un rol pasivo a interactuar no sólo con la obra, sino con el propio artista e incluso con el museólogo:

El funcionamiento del nuevo museo está basado en la participación activa de los miembros de la comunidad. [...] Este tipo de trabajo museístico está basado en el diálogo entre el museólogo y los miembros de la comunidad. Éstos no serán ya más considerados como objetos de estudio, ni como receptores pasivos del mensaje del museólogo, sino como sujetos que son expertos en las cuestiones concernientes a su propia historia y entorno. (Alonso Fernández, 1999: 108)

⁹ <http://www.interferencia.info/PAGS/2007/interferencia2007/PAG2.html>

¹⁰ <http://madridabierto.com/en/intervenciones-artisticas/2005/maria-alos-nicolas-dumit.html>

5. Acción

El arte en la calle ofrece un gran abanico de acciones desde la exposición de determinadas obras junto a la observación por parte del público hasta acciones más activas como la participación, la creación, el diálogo y la interacción con la obra y su autor, entre otras. La interactividad es una de las principales acciones que caracterizan esta nueva perspectiva museística, ofreciendo al público pasar de meros espectadores a creadores.

Junto a la utilización didáctica, la interactividad ofrece enormes posibilidades en el estudio tanto de la imagen como de la cultura icónica, fundamental en nuestra sociedad audiovisual. Las construcciones interactivas constituyen hoy el mejor vehículo para transmitir un mensaje de gran fuerza expresiva. Invita al usuario a pasar de la admiración a la comprensión de la obra visual y posibilita la inclusión de la obra en su propio contexto, su situación en el lugar y en el momento en que fue creada, facilitando la indagación sobre la motivación que impulsó a crearla. El nivel de profundización dependerá de la voluntad del usuario. (Bellido Gant, 2001: 82)

La alteración ambiental y lúdica del espacio urbano en el proyecto *Toledo crea Toledo* de PKMN sería un buen ejemplo de participación por parte del público en la obra de arte y/o instalación. En una calle al lado de la puerta del ECAT se repartieron 200 peluches llavero y 12 ventiladores de Hello Kitty que se distribuyeron a lo largo de 40 metros cuadrados de césped artificial. El objetivo era la recreación de un nuevo ambiente en la ciudad junto a un picnic de comida china para los participantes y todo aquél que quisiera unirse. Se conseguía así un espacio abierto donde la gente de paso se paraba, hacía fotos y comentaba e incluso se unía a la acción. Una vez terminado el picnic todo aquél que quisiera llevarse los peluches y demás objetos de la instalación podría hacerse con uno, adquiriendo de este modo un recuerdo de la actividad.

En la *Plaza Animada* de Medialab Prado¹¹ en La Noche en Blanco de Madrid 2008 todo aquél que quisiese se podría convertir en el artista de la instalación enviando previamente sus dibujos a una página web (plazanimada.es) que serían posteriormente proyectados en la Plaza de Las Letras.

¹¹ <http://www.esmadrid.com/lneb08/>

Por último, destacar que han sido varias las exposiciones temporales ofrecidas por Caixa Forum de Madrid como la de Auguste Rodin en el 2009 donde el espectador puede contemplar las obras disfrutando de ciertas ventajas como una mayor aproximación a éstas, la posibilidad de contemplarlas todas las veces que desee y en el tiempo que quiera, ya sea de día o de noche.



Fig. 2. Escultura de Auguste Rodin. Arte en la Calle, Caixa Forum, Madrid, 2009

6. Arte y publicidad

Por un lado, el arte precisa de la innovación y la búsqueda de nuevos espacios y formas de difusión. Por otro, la publicidad necesita encontrar nuevas técnicas y sistemas para evitar el rechazo que la sociedad tiene hacia ésta. Para conseguir estos fines, arte y publicidad se alían y a pesar de tener objetivos totalmente diferentes, se complementan y se apoyan, creando una unión llena de creatividad.

La publicidad, al aliarse con el arte, se llena de todas sus connotaciones positivas, consiguiendo así atraer en vez de repeler. El arte, a través de la publicidad, obtiene más recursos económicos que le permiten una mayor difusión además de explorar y abrirse a otros campos. La exposición *The Grand Tour* y la *Cow Parade* de Madrid son dos claros ejemplos de esta unión. En *The Grand Tour* de julio de 2007, la National Gallery y HP llevaron a las calles de Londres 44 reproducciones en tamaño real de los cuadros más representativos del museo en cuestión. Aparecían en fachadas de edificios, al final de callejuelas y en otros emplazamientos algo inusuales. En la *Cow Parade* de Madrid, cada vaca estaba patrocinada por una determinada marca o empresa añadiendo a la escultura algún que otro signo distintivo, *slogan* o una determinada estética para poder relacionarlo con ella. Nos encontramos así con exposiciones en las que la relación entre la publicidad y el arte es lo principal y donde el uno no podría existir sin el otro.



Figs. 3 y 4: *Cow Parade*, Madrid, 2008-2009

7. Nuevas tecnologías

No se opta muy a menudo por la aplicación de nuevas tecnologías, lo cual puede ser en cierta medida por las especiales condiciones de seguridad y conservación que requiere un espacio abierto. Aún así, poco a poco éstas se van introduciendo como es el caso de páginas Web donde encontrar más información; mapas interactivos; medios audiovisuales; blogs, chats o foros donde compartir opiniones y un gran protagonismo del teléfono móvil a través del *bluetooth* o de la marcación de un número determinado entre otras aplicacio-

nes. A continuación se enumeran algunas de las exposiciones y demás intervenciones que apuestan por la inclusión de estas nuevas tecnologías.

El alejamiento que se detecta entre la creación artística y el público, unido a la crisis que soporta el arte en los últimos años indica la necesidad de nuevas formas de comunicación. Una de las herramientas más poderosas de la que disponemos es Internet, que ofrece la posibilidad de un acercamiento a los museos, galerías, centros alternativos y artistas. Al ser un medio nuevo es un territorio abierto a nuevas formas de expresión, con posibilidades inmensas aún por explorar y desarrollar. La Red está favoreciendo una serie de creaciones artísticas descendientes del mail-art, de la performance, del vídeo-arte, del computer-art [...]. (Bellido Gant, 2001: 152)

En *Madrid Abierto 2008* Fernando Llanos, artista experimental mejicano, realizó una serie de vídeointervenciones móviles en contextos urbanos específicos donde se incluía el vídeo, la robótica, el ciber-arte y la *performance*.

El proyecto *Nexus* de Nexus Art Group (*Madrid Abierto 2007*) consistía en la instalación de sistemas que enviaban mensajes a aquellas personas que atravesaran un *hot-spot*¹² recibiendo el objeto artístico en forma de texto o imagen y convirtiéndose el propio móvil en espacio de recepción.

En *Madrid Abierto 2007*, Dora García realizó el proyecto *rezosprayers.org*. Desde las siete de la mañana del 1 de febrero de 2007 hasta las doce de la noche del día siguiente, diez *performers* –distribuidos entre diez puntos de Madrid– detallaban todo lo que veían y oían, creando posteriormente un archivo de audio por persona. Se describían como si de un rezo se tratase las obras de la calle, las personas que pasaban a su alrededor, todos los sonidos que se podían escuchar... Una vez terminados, los audios podían ser escuchados, descargados y combinados por quien quisiese en www.rezosprayers.org.

En *The Grand Tour*, los investigadores y visitantes podían acceder a los archivos y la información detallada acerca de la colección del museo a través de los quioscos Artstart situados en el museo e impulsados por la tecnología HP.

¹² Lugar que ofrece acceso a wi-fi, y que suele ser aprovechado por dispositivos móviles.

Además, dicha empresa instaló estaciones de impresión que permitían a los visitantes comprar reproducciones digitales de las obras. Cada réplica iba acompañada con una placa informativa que incluía el título, el nombre del artista y la fecha de la obra y en el caso de querer más información se daba la posibilidad de marcar el número de teléfono que aparecía en la placa que acompañaba cada obra de arte. También se disponía de un mapa interactivo en www.thegrandtour.org.uk, junto más información de los cuadros, la historia del proyecto, descargas de audio y una galería fotográfica.

Toledo crea Toledo llevó a cabo el proyecto *MEIPI* que consistía en un mapa colaborativo donde el usuario podía dejar archivos multimedia asociados a un lugar de la ciudad. De esta manera, las imágenes, sonidos, historias y paisajes percibidos por los habitantes podían ser compartidos.

En el 2008, Miltos Manetas propuso un juego interactivo en Internet – www.ching-i.com (actualmente no disponible)– que recreaba el intercambio cultural entre las ciudades que formaban parte de la red de Noches Blancas Europa. Los ciudadanos podían comunicarse entre sí introduciendo mensajes en el tronco de 6 árboles virtuales, uno por cada ciudad.

8. Problemas

8.1. Fines no definidos y falta de información

En muchas ocasiones, se suelen encargar a los artistas o diseñadores ciertas obras para ubicarlas en plazas, parques o carreteras sin valorar exactamente si su intención es poner a disposición del ciudadano obras de calidad en su recorrido cotidiano o crear simplemente un entorno agradable sirviendo éstas como elemento decorativo. A ello hay que añadir que muchas de estas obras aparecen con una información escasa o nula sobre sus características, su autor o el año de su creación.

8.2. Mala ubicación

También nos podemos encontrar con esculturas en medio de rotondas o en autopistas que pasan desapercibidas a causa de la velocidad con la que pasamos o incluso en lugares inaccesibles donde no pueden ser apreciadas en detalle según los criterios del artista que las creó. Es el caso de varias de las

obras que el artista mejicano Enrique Carvajal –también conocido como Sebastián– realizó como exposición temporal en Toledo el verano de 2008 y que finalmente fueron adquiridas por la ciudad como exposición permanente (ver fig. 5).



Fig. 5: Escultura de Enrique Carvajal en el barrio de Santa María de Benquerencia (Toledo), 2012.

8.3. Desperfectos

En muchas ocasiones, en el espacio abierto no se pueden seguir las normas expositivas del espacio cerrado. Ha de tenerse en cuenta entre otras cuestiones, la luz y el comportamiento que ésta tiene en las diferentes obras para evitar así el deslumbramiento y las sombras. Numerosas de las exposiciones que se emplazan en la calle están pensadas para la luz natural, pero no se tiene en cuenta que durante la noche éstas se descuidan, ya que necesitan de una iluminación artificial que puede dañar su conservación y en muchos casos incluso ésta es escasa o nula.

8.4. Clima

Se deben cuidar las condiciones ambientales además de tener en cuenta cuestiones como la contaminación o la sensación de seguridad y confort que el espectador pueda tener a la hora de visitar ciertas exposiciones al aire libre. En la *Cow Parade* de Madrid, para poder ver las diferentes vacas del recorrido, la lluvia en muchas ocasiones impedía el disfrute de la visita e incluso ésta producía desperfectos en las obras que estaban realizadas con materiales como el cartón o el papel.

8.5. Vandalismo

También hay que tener en cuenta la seguridad del mismo objeto, sobre todo en términos de vandalismo, encontrándonos continuamente con graffitis, roturas y otros desperfectos en las obras.



Figs. 6 y 7: *Cow Parade*, Madrid 2008-2009.

9. Conclusiones

Como se ha podido comprobar a lo largo de este estudio, el arte necesita buscar nuevos espacios y medios para poder llegar a un público cada vez más exigente y ampliar así su difusión. Ante un museo tradicional que ofrece un espacio cerrado con unos horarios limitados, la calle brinda la posibilidad de

utilizar un espacio abierto -calles, jardines, plazas, etc.- con un horario ilimitado y una gran variedad de soportes -señales de tráfico, paradas de autobús, cabinas telefónicas, etc.-.

Los ciudadanos, turistas, gente de paso y los propios artistas comparten protagonismo, encontrándonos así con personajes que presentan un papel totalmente activo y donde la interacción es una de las acciones más importantes en esta nueva perspectiva museística. No sólo se observa, sino que se participa, se crea, se establece un diálogo entre el público y el artista existiendo así una retroalimentación constante y enriquecedora para ambas partes.

Este arte que sale del museo buscando nuevos espacios donde asentarse suele contar con el apoyo de la publicidad estableciéndose así una unión llena de creatividad y nuevas oportunidades.

Además de buscar aliados como la publicidad, el arte va introduciendo poco a poco nuevos medios y tecnologías como son las páginas Web para compartir las diferentes opiniones y sensaciones del público, fomentando una experiencia más duradera y profunda con el arte.

A pesar de las múltiples ventajas que un espacio abierto ofrece, que ciertas obras artísticas salgan a la calle lleva consigo varios inconvenientes como la falta de información de la obra; malas ubicaciones; múltiples desperfectos; los problemas que se pueden dar por causa de los fenómenos meteorológicos y el vandalismo, entre otros.

No obstante, no cabe duda de que el arte necesita explorar, innovar y vivir en una renovación constante para poder llegar al público. Así, los museos y demás espacios artísticos están al servicio de sus destinatarios, ofreciendo nuevas experiencias según las exigencias y expectativas de éstos últimos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y monografías

- ALONSO FERNÁNDEZ, L (1999a).- *Introducción a la nueva museología*. Alianza Editorial. Madrid.
- ALONSO FERNÁNDEZ, L (1999b).- *Museología y museografía*. Ediciones del Serbal. Barcelona.
- BELLIDO GANT, M^a. L. (2001).- *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Ediciones Trea. Asturias.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1998).- *El museo como espacio de comunicación*. Ediciones Trea. Asturias.
- MORENO, ISIDRO (2002).- *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipertexto*. Paidós. Barcelona.
- RICO, JUAN CARLOS (2006).- *Manual Práctico de museología, museografía y técnicas expositivas*. Silex. Madrid.
- SANTACANA MESTRE, JOAN; SERRAT, NURIA (2005).- *Museografía didáctica*. Ariel. Barcelona.
- VALDÉS SAGÜÉS, MARIA DEL CARMEN (1999).- *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Ediciones Trea. Asturias.

Páginas Web

- Arteting*: <<http://arteting.blogspot.com>> (última consulta: 24 de marzo, 2009).
- La Noche en Blanco Madrid*: <<http://lanocheenblanco.esmadrid.com>> (última consulta: 8 diciembre, 2011).
- Madrid Abierto*: <<http://madridabierto.com>> (última consulta: 5 de diciembre, 2011).
- Enrédate*: <<http://marcianita.org/enredate>> (última consulta: 24 de marzo, 2009).
- Toledo crea Toledo*: <<http://toledocreatoledo.blogspot.com>> (última consulta: 7 de diciembre, 2011).
- Basurama*: <<http://www.basurama.org>> (última consulta: 23 de marzo, 2009).
- Ciudad crea Ciudad*: <<http://www.ciudadcreaciudad.com>> (última consulta: 7 de diciembre, 2011).
- Cow Parade Madrid*: <<http://www.cowparademadrid.com>> (última consulta: 20 marzo, 2009).
- Ching-i*: <<http://www.ching-i.com>> (última consulta: 20 de marzo, 2009).

Fundación La Caixa: <<http://www.fundacio.lacaixa.es>> (última consulta: 23 de marzo, 2009).

Interferencia: <<http://www.interferencia.info>> (última consulta: 6 diciembre, 2011).

Madrid me mata: <<http://www.madridmemata.es>> (última consulta: 20 marzo, 2009).

Másdearte: <<http://www.masdearte.com>> (última consulta: 20 marzo, 2009).

Meipi: <<http://www.meipi.org>> (última consulta: 20 marzo, 2009).

National Gallery: <<http://www.nationalgallery.org.uk/about-us/press-and-media/the-grand-tour>> (última consulta: 12 de diciembre, 2011).

PKMN: <<http://www.pkmn.es>> (última consulta: 24 marzo, 2009).

Rezosprayers: <<http://www.rezosprayers.org>> (última consulta: 18 marzo, 2009).