



El Color:

Vehículo, símbolo y motor de transformación territorial.





Introducción

Uno de los instintos más antiguos e innatos de los seres humanos es la necesidad de comunicarse, bien sea por medio del lenguaje oral, escrito o visual.

Desde que nacemos los colores forman parte de nuestra vida cotidiana, no obstante muchas veces no somos capaces de percibir su importancia.

El color es un elemento condicionante de la percepción visual del ambiente, tiene incidencia en la comunicación, representa la vitalidad del lugar y hace parte de todos los componentes visuales del entorno, tanto naturales como aquellos creados por el hombre.¹

En la ciudad el color hace parte de la producción de imaginarios urbanos y construcciones mentales de los habitantes, así como de las dinámicas culturales ocurridas en la interacción del ciudadano con los lugares del territorio. Por tanto, el color se transforma en un factor básico de la experiencia humana y en su conocimiento del entorno en el que se desarrolla.

Las ciudades no son formas construidas, son formas sociales. Nosotros debemos diseñar desde la vida social, no para ello" - Fran Tonkiss, LSE

¿Por qué transformar con color las calles?

Una gran variedad de intervenciones urbanas ha respondido esta pregunta usando el arte como medio para comunicarse, ya que este es en esencia la mayor expresión de los seres humanos y, a lo largo del tiempo, se ha utilizado para plasmar historias e influir en la realidad de comunidades que se han visto afectadas por la violencia a través de la diversidad del color y el arte.

Las intervenciones urbanas y la generación de estrategias en un determinado espacio se convierten en una herramienta que de manera exitosa pueden conllevar a la transformación de un grupo social.

"El arte fortalece el arraigo, la identidad, la convivencia, y los lazos de unión de las comunidades que han sido rotos por el desplazamiento forzado y las otras estrategias de la guerra", explica el investigador social Germán Rey.

Colombia se llena de vida:

Las intervenciones urbanas y la generación de estrategias en un determinado espacio se convierten en una herramienta que de manera exitosa pueden conllevar a la transformación de un grupo social.

Desde años atrás, el arte y la cultura han ocupado un lugar central en el desarrollo social de Colombia. En este contexto, el programa de la Fundación Pintuco ha buscado materializar convenios o alianzas con el fin de desarrollar acciones de intervención del hábitat e impulsar proyectos colaborativos con la comunidad, a partir del mejoramiento de vivienda, instituciones educativas y del entorno comunitario con color y arte, de manera que se generen impactos positivos en términos de convivencia, apropiación de espacios, recuperación de memoria histórica, salubridad y seguridad, entre otros.

Medellín se Pinta de Vida es una iniciativa que ha permitido llenar de color y convivencia diferentes sectores de la ciudad, que ha contado con el apoyo esencial de la comunidad y aliados estratégicos del sector privado como el Grupo Orbis, por intermedio de la Fundación

¹ http://vip.ucaldas.edu.co/kepes/downloads/RevistaIO_4.pdf

² http://www.edu.gov.co/images/publicaciones/Libro_Medellin_se_Pinta_de_Vida.pdf



Orbis-Pintuco, los cuales se han articulado a un trabajo interinstitucional liderado por la Administración Municipal. 2

La iniciativa tuvo como objetivo inicial embellecer fachadas de viviendas en diversos barrios y sectores de la ciudad, bajo la premisa de acoger el territorio como el espacio de un hogar colectivo y brindar siempre mejorar las condiciones de vivienda y los espacios públicos de los barrios, en procura de la dignidad, la equidad y la inclusión.

“ Todo este cambio fue muy importante. Ahora tenemos la visita de mucho turista que sube y que ve cómo cambió el barrio. Nuestra cultura ciudadana también cambió mucho, antes cada quien tiraba basura, ahora queremos que todo se vea organizado, ya no se ven los senderos con basura.” - Fabio García Holguín, Habitante de la comuna 13

Gracias a las acciones sociales que ha realizado la Fundación Pintuco en el territorio nacional, el país vive la transformación de comunidades con problemáticas sociales y económicas a través del color.

Placemaking, instrumento práctico para transformar y revitalizar la vida pública

Siguiendo la perspectiva de Project for Public Spaces (PPS, 2017), puede decirse que el enfoque placemaking consiste en una manera de transformar el espacio público, teniendo como base el trabajo colaborativo y creativo de los distintos actores de la comunidad y entrelazando las dimensiones social, física, ecológica, cultural y espiritual 3.

“Placemaking se refiere a un proceso de colaboración de dar forma a al ámbito público con el fin de maximizar el valor compartido. Más

de la promoción de un mejor diseño urbano, place-making facilita el uso, prestando especial atención a las identidades físicas, culturales y sociales que definen un lugar” ONUHabitat

Los beneficios del Placemaking varían dependiendo del tipo de intervención, sin embargo, entre los más destacados se encuentran:

- Promueven la recuperación, el mejoramiento y la activación de los espacios públicos.
- Le dan un nuevo significado al espacio público a partir de su uso, gestión y concepción.
- Sus procesos ayudan a consolidar alianzas entre los involucrados.
- Son una buena herramienta para crear puentes entre ciudadanos y gobiernos.
- Demuestran a uno mismo y a los demás que los cambios son posibles.
- Comunican, de una manera efectiva, ideas innovadoras a las autoridades y empresas privadas.
- Generan ventajas inmediatas para la ciudad.
- Brindan un espacio accesible a los grupos sociales que generalmente son excluidos.
- Mejoran la percepción de seguridad en el vecindario.
- Crean un vínculo emocional y de identidad con el entorno.

Cabe anotar que un estudio realizado en 2010 en 26 ciudades de Estados Unidos por Knight Foundation halló que los factores más importantes que crean vínculos emocionales entre las personas y su comunidad no son los empleos y la economía, sino más bien “la belleza física, las oportunidades para socializar y la apertura de una ciudad para todas las personas”. No obstante, la Knight Foundation descubrió que las comunidades con los niveles más altos de apego también tuvieron las tasas más altas de crecimiento del producto interno bruto y economías más fuertes⁴.

3 <https://www.avina.net/wp-content/uploads/2019/08/Manual-de-Intervenciones-Urbanas.pdf>

4 <https://urbanland.uli.org/development-business/the-distinctive-city/>