

*“Creo que es una buena solución: por una parte damos espacio a los artistas y por otra ahorramos costes de mantenimiento. Y al mismo tiempo, hacemos los edificios más atractivos para el público.”*

Entrevista “Administración pública”, Alemania

*“Con las restricciones pierdes a los artistas y llega el graffiti rápido y los tags.”*

Entrevista “Empresa”, España

*“No se puede esperar de las autoridades que lo castiguen menos. No se puede esperar, y tampoco veo cómo podría pedirseles que lo hicieran.”*

Entrevista “Graffitiros”, Alemania

*“Entendemos que no podemos seguir [con] este enfoque de tolerancia cero (...)Intentamos acercarnos a diferentes colectivos de graffiti para concienciarlos acerca de dónde y cómo podrían pintar...”*

Entrevista “Administración pública”, España



# GRAFFOLUTION

Understand . Collaborate . Improve

---

## INFORME DE POLÍTICA

para responsables de decisiones y políticas y gestores de entornos  
construidos y contextos de transporte

---

Las estrategias innovadoras y adecuadas al contexto para la gestión del graffiti, el graffiti vandálico y el street art son importantes, no solamente porque mejoran significativamente la eficiencia en la asignación de recursos, sino también porque un enfoque diseñado con inteligencia puede ayudar a identificar más claramente a quién se hace justicia y a quién no, y a inventar acciones que combinen diferentes facetas, por ejemplo, cultura, empresa/comercio social y seguridad en la comunidad.

Este documento está destinado a presentar algunas de las investigaciones, recursos y recomendaciones que emergieron a lo largo del proyecto europeo Graffolution, especialmente en relación con la creación de estrategias y acciones entre autoridades regionales y locales, diseñadores de políticas, operadores de transportes y profesionales de la mejora del entorno (place managers).

# ¿Qué es Graffolution?

Los administradores urbanos europeos, los servicios de transporte público y los organismos de seguridad gastan enormes cantidades de dinero intentando luchar contra el graffiti vandálico. Este proyecto financiado por la UE busca mitigar los problemas asociados al graffiti vandálico en espacios públicos y redes de transporte, concentrándose en la concienciación y las posibles soluciones para todos los actores afectados e implicados.

Nuestro consorcio está formado por socios del ámbito público y privado de cinco países europeos: SYNNO (Austria); UIC (Francia); Sine-Institut (Alemania); la Universitat de Barcelona, Eticas Research & Consulting, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (España); University of the Arts London y el London Borough of Islington (Reino Unido).

A lo largo de este proyecto bianual, hemos investigado más de trescientas fuentes de literatura sobre el graffiti, llevado a cabo 85 entrevistas en diferentes grupos, incluyendo graffiteros y artistas del graffiti; autoridades municipales, fuerzas del

orden; operadores de transporte; empresas; trabajadores sociales; grupos culturales y de la sociedad civil, en Austria, Alemania, España y Reino Unido. Hemos analizado cien estrategias y respuestas al graffiti, todo ello con la intención de entender las diferentes opiniones y enfoques del fenómeno. Con esta información, hemos desarrollado una plataforma que trata de conectar a los diferentes actores y que quiere convertirse en una fuente de información fiable y en una herramienta que permita la colaboración.

Nota: Haciéndose eco de la extensa investigación llevada a cabo, este documento no distingue entre graffiti y street art a nivel genérico, y esto de forma intencionada, puesto que, si bien en algunos casos pueden ser muy diferentes, en otros muchos forman parte de una escala linear de actividades relacionadas con la pintura, las marcas y una serie de prácticas creativas urbanas, tanto legales como ilegales, permitidas o no. Creemos que es más productivo adoptar una postura no sesgada a favor o en contra de estas prácticas, de forma a dar cabida a las diversas comunidades involucradas y afectadas por ellas.

# Recomendaciones para toma de decisiones y diseño de políticas

Los resultados de la investigación Graffolution nos llevan a dos conclusiones principales de las que se derivan las siguientes recomendaciones:

## 1. La importancia de una comunicación efectiva y multilateral para la concienciación y la prevención

- Adoptar un enfoque inclusivo y colaborativo es clave en un asunto que atañe a tantos grupos distintos de actores.
- Antes de cualquier intervención se debería llevar a cabo una evaluación de impacto multidimensional, y deberían incluirse en la investigación las áreas circundantes. El graffiti puede tener efectos positivos y negativos a muchos niveles distintos. Por ejemplo en términos de inclusión social, implicaciones legales, fomento del arte y la cultura, daño a la propiedad, impacto económico, libertad de expresión, etc.
- La credibilidad es crucial para solucionar problemas de confianza. A largo plazo, las sanciones desproporcionadas, los mensajes de tolerancia cero y las estrategias de "ratonera" que explotan una serie de posibilidades legales para identificar y castigar a los graffiteros pueden ser contraproducentes.
- Deberían crearse, fomentarse y extenderse las alternativas legales, tales como muros libres, iniciativas artísticas en espacios públicos, procesos/instrumentos más sencillos, legislación que facilite el solicitar/conceder permiso para pintar etc.
- Quizás resultaría más efectivo concentrar la comunicación en canales y lugares clave, así como en periodos de mayor actividad. Las campañas de prevención podrían tener mayor efecto si se lanzasen antes de/durante las vacaciones, hiciesen uso de las redes sociales

y se dirigieran a puntos de contacto (puntos de venta de material de graffiti, transporte público...).

- Es importante contar con el apoyo de los mediadores locales. Las otras organizaciones culturales, educativas y sociales así como la fiscalía de menores son clave para reforzar el entendimiento mutuo.
- Hablamos de un fenómeno global, es importante estar atentos y contribuir a orientar las tendencias globales y las reacciones de otras ciudades.
- La participación ciudadana debería promoverse activamente en el debate puesto que se trata de dar forma al espacio público.

## 2. La importancia de los datos y el feedback para diseñar y evaluar estrategias – Compilación, análisis e intercambio

- Las investigaciones revelan una necesidad generalizada de reevaluar las estrategias de respuesta y, en particular, de identificar y aplicar respuestas que se adecúen al contexto, teniendo en cuenta las motivaciones detrás del graffiti.
- Los datos referentes al graffiti deberían poder separarse de los de otras categorías, como los referentes a los incidentes de vandalismo o comportamiento antisocial para poder llegar a comprender y evaluar mejor la situación.
- Los modelos de organización y categorización de datos de tipo "wiki" o "crowdsourcing" pueden resultar muy productivos para expertos,

especialistas y a quienes trabajan en gestión de graffiti a la hora de permitir subir, corregir y actualizar información y categorizaciones a través de una plataforma compartida, en tiempo real y en continua evolución.

- Recabar datos acerca del impacto positivo del graffiti, por ejemplo en términos de refuerzo de la cohesión social, la construcción de un sentimiento de comunidad o como atracción para el turismo puede ayudarnos a alcanzar una mejor comprensión de la situación y de la postura de otros actores. Debe desarrollarse la cultura de creación de indicadores de "éxito pro-social" que puedan ser compartidos .
- Deben reconocerse y tenerse en cuenta las diferencias entre tipos de actividad (tags, obras ofensivas, murales, etc.) a la hora de evaluar la percepción de seguridad e inseguridad (que depende de la interpretación de cada individuo, del contexto y del tipo de graffiti). Las comunidades positiva o negativamente afectadas por el graffiti deben tener también la oportunidad de expresarse sobre estas cuestiones.
- La legislación y las políticas deben tener en cuenta todas las perspectivas existentes (para desarrollar reacciones ante el graffiti que sean satisfactorias para los diferentes colectivos).
- Deberían registrarse los cambios que se den a lo largo de una intervención para permitir una mejor evaluación de impacto y de estrategia. La compilación de datos (para propósitos legítimos y desde el respeto de la transparencia y el principio de responsabilidad) no debería cesar en ninguna fase, empezando por la identificación de los grupos de actores y la recopilación de datos de la situación inicial.
- La colaboración entre responsables, compartiendo información y datos entre departamentos (dentro y fuera de la misma ciudad) permitiría aumentar la eficiencia, el conocimiento, la resiliencia y la preparación. Por ejemplo, la combinación de políticas de observancia y arte/cultura podría aumentar la eficiencia y ofrecer mayores oportunidades.
- En contextos de transporte, se debería promover el desarrollo de metodologías compartidas entre operadores de transporte con el fin de calcular los costes del graffiti en trenes para reclamar ante la justicia.
- Deberían organizarse campañas civiles con el propósito de explicar y evaluar el coste del graffiti en base a datos.

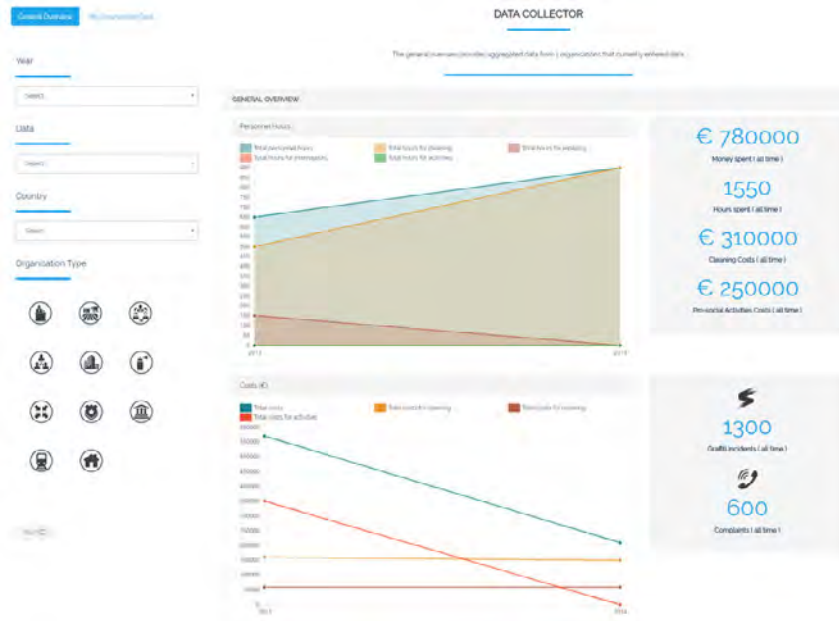
## ¿Qué es la Plataforma Graffolution y cómo puede ayudarle?

La Plataforma Graffolution es un recurso con perspectiva europea para aquellos que se cuestionan acerca de, se enfrentan a y también para aquellos que hacen graffiti y street art. Ha sido diseñada con la colaboración de representantes de toda una serie de grupos de actores, incluyendo organizaciones de la sociedad civil, administración pública y graffiteros. Su contenido y estructura son el resultado de la combinación de experiencias, puntos de vista, sugerencias y feedback de estos diferentes grupos, recabados a través de entrevistas y una consulta electrónica, y de la investigación y conocimiento profesional de los socios del proyecto.

Éstas son algunas de sus características que podrían interesarle:

- **COMPARTA Y COMPARE EL CONOCIMIENTO Y LAS ESTADÍSTICAS DE SU ORGANIZACIÓN MIENTRAS REALIZA UNA LABOR DE CONCIENCIACIÓN. ¡LOS DATOS SON IMPORTANTES!**

Más allá de la evaluación de políticas y la comparación interurbana, los datos pueden ser útiles para concienciar a los ciudadanos, especialmente a los jóvenes, transmitiendo a la sociedad mensajes poderosos como el del coste de la limpieza del graffiti ilegal.



- **CONOZCA INICIATIVAS DE ÉXITO EN OTRAS CIUDADES DE TODA EUROPA Y COMPARTA LAS SUYAS**

Incluso si el éxito de una estrategia depende en gran medida de factores de contexto local, el graffiti es un fenómeno global. Esté al tanto de las últimas tendencias y sepa cómo otras ciudades se enfrentan a este desafío. ¿Se pueden aplicar esas estrategias en su entorno? ¿Desea usted compartir su experiencia con otros?

### CASE STUDIES

This area helps you to find cases studies which make use of different kinds of response actions

Recently added:

- Calm Streets
- Enhancing the Legal Response
- Graffiti in Art
- BLEIB SAUBER - Jugend OK
- Newcastle and Gateshead Graffiti Forum
- Bristol Graffiti Partnership

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated By Organization Types	Details
Vienna Central Railway Station Street Art Murals	<ul style="list-style-type: none"> <li>Environment &amp; Infrastructure</li> <li>Collaboration</li> <li>Culture</li> <li>Enforcement - Activity Support</li> <li>Education and Empathy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Graffiti writers</li> <li>Tourists</li> <li>Local community</li> </ul>	<p>Average Rating: ★★★★★</p> <p>Organizations that rated: 0</p> <p>Your Rating: 0</p> <p>Detailed info</p>	<a href="#">Details</a>

- **COMUNÍQUESE CON AUTORIDADES, GESTORES DEL TERRITORIO, CIUDADANOS, EMPRESAS, GRAFFITEROS, ORGANIZACIONES CULTURALES Y SOCIALES...**

Es importante garantizar que todos los actores afectados por el fenómeno estén involucrados en las respuestas locales. Puede incluirles con facilidad haciendo circular noticias e iniciativas a través de la red Graffolution.

### ORGANISATIONS

If you are looking for interesting organisations that are related to graffiti, graffiti vandalism prevention or street art this is the right spot for you.



### Strategy

Share on

This part of the platform helps you to develop a strategy and plan the whole cycle: from problem definition to evaluation and impact assessment. The following elements can be for one-time or long term interventions, single or complex actions, as well as for approaches departing from prevention, response or recovery nature. This section will help you to document a strategy specific for your aims to fully achieve them.

#### STEP 1: PLEASE DEFINE YOUR GOALS ACCORDING TO YOUR CHALLENGES (PROBLEM OR OPPORTUNITY)

<b>1</b>	<b>Awareness</b>
	Draw a distinction between vandalism and street art
	Explain the possibilities to create value through graffiti
	Explain the problems and costs caused by illegal graffiti
	Increase capacity for visual critique
	Introduce graffiti prevention by design
	Introduce legal alternatives
	Raise awareness on graffiti as a part of the youth culture
	Raise awareness on pro-social and anti-social aspects of graffiti
	Understand the causes of graffiti
<b>2</b>	<b>Arts-Led Activities</b>
	Offer an artistic alternative to graffiti vandalism
	Provide activities through community art

### CASE STUDIES

This area helps you to find case studies which make use of different kinds of response actions

Recently added:

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated by Organization Types	Details
Clart Streets	Enhancing the Legal Response	Grffiti writers Tourists	4.5/5 (10)	Details
Vienna Central Railway Station Street Art Murals	Environment & Infrastructure Collaboration Culture	Grffiti writers Tourists	4.5/5 (10)	Details
IBLIS LAUBIT - Jugend OK	Environment & Infrastructure Collaboration Culture	Grffiti writers Tourists	4.5/5 (10)	Details
URBAN AREA open spaces	Environment & Infrastructure Collaboration Culture	Grffiti writers Tourists	4.5/5 (10)	Details
OGARNA s.r.o.	Environment & Infrastructure Collaboration Culture	Grffiti writers Tourists	4.5/5 (10)	Details



## Investigación de fondo

- Los actores fueron clasificados en seis categorías: "Trabajo social, cultura y sociedad civil", "Policía y orden público", "Administración pública", "Operadores de transporte/Autoridades", "Empresas" y "Graffiti", estructuradas en función de su visión del graffiti y su grado de institucionalización.
- Los actores entrevistados hablaron de falta de comunicación entre los diferentes grupos y una gran mayoría de entre ellos recalcaron la importancia de los proyectos pro-sociales y educativos en el contexto del graffiti. Muchos mostraron su aprobación/inclinación por estrategias pro-sociales y la mayor parte de los graffiti afirmaron no rechazar las formas legales de graffiti.
- La mayor parte de la literatura tradicional acerca del graffiti vandálico y la gestión de respuestas suele girar principalmente en torno a dos enfoques: antisocial y pro-social. En los últimos años han emergido una serie de modelos de gestión urbana y diseño innovadores, inteligentes y sensibles al contexto, que admiten tanto la perspectiva pro-social como la antisocial. Estas prácticas contemporáneas suelen ser más rentables que aquellas que responden ante el graffiti exclusivamente como ante una actividad antisocial, y pueden ser más inclusivas en cuanto a causas del fenómeno y perspectivas acerca de "lo que funciona".
- Los enfoques hacia el graffiti pueden ser de tipo "proactivo" y "regulatorio". Entre estos polos opuestos, hay margen para aquellos actores que tratan de "mediar" y reforzar la comprensión mutua. Entre los proactivos encontramos a aquellos que se implican directamente en la creación de graffiti y aquellos que lo "apoyan", mientras que en la perspectiva "regulatoria" identificamos medidas de tipo "pro-social" o "represivo".
- Las estrategias de tolerancia cero (enfoques antisociales) se consideran las más caras de aplicar.
- Se observó que las prácticas contemporáneas que aplican un enfoque integrado de la gestión del graffiti, abrazando la perspectiva pro-social o antisocial en función del contexto, son más rentables que aquellas que reaccionan al graffiti exclusivamente como una actividad antisocial. Se vio que estos modelos combinados son más favorables, especialmente en los últimos años en los que la austeridad financiera implica la inviabilidad de un enfoque de "business as usual" que sitúe la totalidad del graffiti en el ámbito de lo antisocial y aplique en su contra una estrategia de policía, tribunales y limpieza.
- Los datos en cuanto a denuncias por graffiti son incoherentes o se tiende a agruparlos en categorías más amplias (como la de delito menor).
- Hay notablemente pocas fuentes que ofrezcan datos estadísticos intercomparables, y todavía menos que estén actualizadas. También hay algunas variaciones aparentes en los parámetros medidos y una considerable falta de pruebas, detalle acerca del método o referencias precisas en cuanto a cómo se llega a medidas "de éxito".



¡ÚNASE!

**Platform:** <http://www.graffolution.eu/>

**Web:** <http://project.graffolution.eu/>

**Twitter:** <https://www.twitter.com/graffolution/>

**Instagram:** <https://www.instagram.com/graffolution/>