

RECUPERA 100,000 M2 DE ESPACIO PÚBLICO

Comex cambia el panorama a 700,000 personas

J. Francisco de Anda Corral
EL ECONOMISTA

La firma reconstruye el tejido social en comunidades a partir de una propuesta estética.

LA APUESTA de *Comex por un México Bien Hecho* no es sólo pintar murales o embellecer casas, sino inspirar y mejorar el estado de ánimo de cada habitante de una comunidad, llevando el arte a las calles y ayudando a reconstruir el tejido social, afirma Gilberto Alcaraz, director del programa, quien revela que la firma ha invertido 25 millones de pesos, desde el 2016 a la fecha, pa-



Sólo en el 2017 la empresa de pinturas y recubrimientos destinó al programa *Comex por un México Bien Hecho* 12 millones de pesos para intervención de espacios.

ra apoyar 20 iniciativas y recuperar más de 100,000 metros cuadrados de espacios públicos en 13 ciudades de México en benefi-



FOTOS: CORTESÍA

cio de 700,000 personas que habitan en colonias populares donde la marginalidad es el común denominador.

De la mano de artistas y del colectivo Tomate, PPG Comex ha emprendido la creación de obras e instalaciones que destacan la historia, tradiciones y riqueza de cada

una de las comunidades, como la instalación *México Majestuoso*, que Eva Vale creó en la explanada del Monumento a la Revolución, que “resalta nuestras raíces prehispánicas para recuperar el orgullo de la sangre que corre por nuestras venas”, indica la artista plástica.

En el 2018, la firma de pinturas y recubrimientos líder en México sumará otros 15 millones para destinarlos a intervenir espacios en Villahermosa, San Cristóbal de las Casas y Tlajomulco, municipio de Jalisco donde pretende crear, en alianza con el gobierno municipal, el mural más grande del mundo, de 40,000 metros cuadrados, en que participarán más de 50 artistas urbanos y se invertirán 4.5 millones de pesos, anunció Alcaraz.

De esta manera se alcanzarán 200,000 metros cuadrados de espacio público recuperado, con lo que PPG Comex aspira a restaurar no sólo las fachadas de las casas sino la convivencia en los barrios, reconstruyendo el tejido social a través del arte, el color, la participación de la comunidad y recuperando espacios más seguros para los habitantes.



25

MILLONES

de pesos se han destinado al programa desde el 2016 para apoyar 20 iniciativas.

13

CIUDADES

del país han sido beneficiarias del programa *Comex por un México Bien Hecho*.

Tomás Darío, director del colectivo Tomate, uno de los aliados de PPG Comex en esta cruzada, comenta que no sólo se trata de pintar murales, sino de realizar una intervención que tenga impacto social en la comunidad, que les permita recuperar la confianza en ellos mismos, la convivencia vecinal, descubrir sus talentos y empoderarse.

“Nosotros no llegamos a una comunidad sólo a pintar murales; vamos con un equipo de psicólogos, trabajadores sociales, artistas, arquitectos, abogados, y emprendemos un diálogo con la comunidad, no le imponemos un mural, sino invitamos a que participe, y ese proceso va detonando otras actividades que hacen que la comunidad se integre y aprenda a enfrentar situaciones de crisis y a resolver conflictos.

“El mural es consecuencia, es la impronta que queda luego del trabajo que se hace con la comunidad, en esas colonias en donde parece que no hay nada, adonde nadie quiere ir, donde no entran los taxis, y donde parece que toda esperanza está perdida”, asegura Darío.