

Rev.latinoam.cienc.soc.niñez juv 7(1): 355-374, 2009
<http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>

Intervenciones urbanas en la ciudad global.

El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007)*

María Cecilia Guerra Lage**

Maestranda en Historia del Arte Latinoamericano del IDAES (Buenos Aires).

• **Resumen:** *En el presente artículo se analiza el fenómeno de la proliferación de stencils callejeros como una de las vertientes culturales del proceso general de globalización económica, en tanto el acceso a Internet es determinante en el modo de producción y circulación de estas imágenes. A través de la Web, los grupos productores de stencils conforman una red horizontal transfronteriza de comunicación que interconecta distintas ciudades centrales y periféricas sin necesidad de pasar por un centro común; a través de esta red intercambian sus plantillas, gran parte ligadas a un discurso contrahegemónico y a reivindicaciones locales que rápidamente se tornan globales. Esto posibilita la presencia e inserción global de actores y discursos sociales que se consideraba silenciados por la hegemonía de los medios de comunicación y el esquema político formal.*

Palabras clave: stencil, intervenciones urbanas, Sassen, globalización, utopía, ciudades globales, arte.

Redes e imaginária cidades globais. O stencil, em Buenos Aires (2000-2007)

• **Resumo:** *O presente documento analisa o fenómeno da proliferação de rua stencils como um dos aspectos culturais de todo o processo de globalização econômica, enquanto o acesso à Internet é crucial para o modo de produção e circulação dessas imagens. Através da Web, grupos produzir stencils horizontais formam uma rede transfronteiriça de comunicação que interliga diversas cidades periféricas e centrais. Isso permite a integração ea*

* Este artículo de reflexión constituye una síntesis de una investigación realizada en el marco de la asignatura "Cultura y Sociedad", de la Maestría en Historia del Arte Latinoamericano, del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES) - Universidad de General San Martín, Buenos Aires, Argentina. El presente análisis, de naturaleza ensayística, se basa asimismo en investigaciones de campo preexistentes y en la recopilación de un corpus de imágenes por parte de la autora, durante mayo de 2006 y abril de 2007.

** Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, con especialización en Políticas y Planificación de la Comunicación. Correo electrónico: ceciliaguerra@yahoo.com

presença global de atores e discursos que são considerados silenciados pelo predomínio dos meios de comunicação social e os esquemas políticos formais.

Palavras - chave: stencil, intervenções urbanas, Sassen, globalização, utopias, global cidades, arte.

Networks and imaginary global cities. The stencil in Buenos Aires, Argentina (2000-2007)

• **Abstract:** *The present paper examines the phenomenon about the proliferation of street stencils as one of the cultural aspects of the overall process of economic globalization, while internet access is crucial in the mode of production and circulation of these images. Through the Web, groups producing stencils form a horizontal cross-border communication network that interconnects various peripheral and central cities. Through this network, the stencil groups swap templates, largely linked to a counter-hegemonic discourse and local claims that quickly become global. This enables the integration and global presence of actors and social discourses that were considered silenced by the dominance of the media and by the formal political scheme.*

Keywords: stencil, urban interventions, Sassen, globalization, utopia, global cities, art.

-I. Introducción. -II. Los productores. En busca de la eficacia comunicativa -II.I. Ludditas del Siglo XXI. -II. II. Topografías del poder. -III. Las imágenes. Artefactos semánticos. -III.I. Un museo mutante -IV. Más allá de las imágenes. -V. Conclusiones. ¿Nuevas utopías del espacio? -Lista de referencias.

Primera versión recibida enero 18 de 2008; versión final aceptada julio 4 de 2008 (Eds.)

I. Introducción

El presente artículo se basa en una investigación en la que analizo el fenómeno de la proliferación de stencils callejeros en la ciudad de Buenos Aires durante el período 2000-2007. El objeto de estudio es abordado a través del planteamiento teórico que proponen los estudios culturales urbanos, sin descuidar la especificidad visual que guarda el fenómeno analizado, es decir, considerándolo como una práctica de producción de imágenes con particulares modalidades de tecnologización, mediatización y socialización.

La metodología de la investigación comprendió la recopilación de un corpus de entrevistas y testimonios, parte de ellos reunidos en el trabajo de campo de Jajamovich y Ayarza (2006) y en diversas entrevistas periodísticas. Paralelamente, se generó un corpus de imágenes conformado por dos fuentes: distintos sitios de Internet, y fotografías que tomé de este trabajo durante los

años 2006 y 2007 en la ciudad de Buenos Aires.

Técnicamente, el “stencil”, “arte matriz” o “estarcido” se realiza a través de una plantilla recortada, construida con radiografías o acetatos, que permite, previa imposición sobre un muro, aplicarle una capa de pintura en aerosol, para luego retirar la plantilla y dejar presente la imagen. Esta es una tecnología de bajos recursos para la que, sin embargo, es necesario un saber específico, porque la tarea de resolver una síntesis formal legible implica una etapa previa proyectual, considerando las limitaciones del medio en el que sólo se pueden generar imágenes en alto contraste. En los casos más elaborados, se crean piezas a dos y tres colores que implican la misma cantidad de plantillas, con registro a manera de capas. Por lo tanto, el stencil, como signo visualmente potente, es una tarea que requiere cierto grado de calificación.¹ Resulta importante destacar este aspecto diferencial al analizar el stencil y discriminarlo de otros modos de intervención visual callejera como el graffiti o los tags, técnicas que no necesariamente implican la utilización de computadoras y la destreza para traducir una imagen compleja a un signo legible a un color.²

El fenómeno de la proliferación de stencils en el espacio público es parte de la tendencia general de las intervenciones callejeras, práctica que experimentó sus vaivenes a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. Durante los años noventa, esta técnica ha sido utilizada en distintas ciudades del mundo por colectivos o agentes anónimos, como *Bansky* en Londres o *Mr. Hoffman* en Madrid; en la ciudad de Buenos Aires alcanzó su mayor visibilidad a partir de la crisis económica y política de fines de 2001 de la mano de grupos, en su mayor parte, ajenos al campo del arte.³ En ese momento, si por un lado la radicalización de los acontecimientos obligó a la comunidad artística a reflexionar de modo más urgente sobre la relación entre arte y política⁴; por otro, la protesta social masiva desencadenó la puesta en escena de diversos modos de expresión que tomaron la calle como escenario. En este contexto, se identifica a los

¹ Wolkowicz (2006) realiza un panorama general de los aspectos formales del stencil.

² Esta diferencia en cuanto a las características técnicas del stencil no es menor, ya que restringe su utilización a un determinado sujeto productor y por lo tanto obliga a evaluar la aplicabilidad de los enfoques y conclusiones de los estudios de caso sobre otros tipos de intervenciones visuales callejeras, como los graffiti o los tags. Sin embargo, existen una serie de estudios sobre el tema que aportan marcos y criterios generales de gran utilidad, como la línea pionera de investigación del graffiti desarrollada por el semiólogo colombiano Armando Silva (1987, 1988), quien posteriormente coordinó el proyecto “Imaginarios urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos”, iniciativa destinada a “enunciar los mapas afectivos de trece ciudades hispanoamericanas” (VV.AA., 2007). Sobre el caso chileno, cabe señalar el estudio de Figueroa Irrarázabal (2006) sobre el “graffiti hip-hop” en la ciudad de Santiago; la reseña de Corvalán (2006) y el registro iconográfico del “mundo graffitero” realizado por Yutronic y Pino (2005). Asimismo, Reyes y Vigara (1997) se han referido al graffiti en la ciudad de Madrid.

³ En “Apuntes para una historia del stencil”, se fija el año 2000 como momento de explosión del stencil en la Ciudad de Buenos Aires (Indij, 2004, p.10). Por otra parte, cabe aclarar que se entiende por “campo del arte” la “red o configuración de relaciones objetivas” conformada por agentes e instituciones que comparten una lógica específica capaz de determinar comportamientos y criterios de legitimación al interior de la misma (Bourdieu & Wacquant, 1995, p. 65).

⁴ Así lo demostraron los distintos eventos que se organizaron en torno a esta cuestión durante el 2001, como el Proyecto Trama, organizado por el Goethe Institut y apoyado por fundaciones internacionales; el Encuentro Multiplicidad, en diciembre de 2002, organizado por Proyecto V, las sucesivas reuniones que organizó el Laboratorio Multiplicidad/ramona y el Proyecto ExArgentina.

productores de stencils como grupos de jóvenes mayoritariamente vinculados al diseño gráfico y a la publicidad, que confeccionan y reproducen sus motivos visuales en constante conexión con otros grupos de otras ciudades vinculados a través de Internet.

De modo que el fenómeno de la aparición de stencils callejeros a partir del 2000 en Buenos Aires se ve comprendido dentro de dos procesos simultáneos: en el ámbito local, emerge como una manifestación resultante de la crisis de representación política que tuvo como consecuencia la multiplicación de espacios políticos nuevos e inéditos, a través de los cuales se buscó reactualizar la concepción estética tradicional de la representación en el arte y la política. Y a su vez, a nivel global, la proliferación de stencils se manifiesta como una forma experimental de auto-organización que nace de la necesidad de generar “prácticas constituyentes y no representacionistas” planteada por los grupos anti-globalización (Goethe Institut, 2003). Manifestación inserta entre la dimensión local y global, las imágenes de los stencils se convierten en —como señala Jesús Martín Barbero— el lugar estratégico donde se hace posible leer el entramado de una batalla cultural histórica que hoy es librada en “la convergencia de la globalización y la revolución tecnológica en la comunicación y la información”, y cuyos efectos “escapan a la razón dualista”, pues “se trata de movimientos que son a la vez de integración y de exclusión, de desterritorialización y de relocalización” (2003, p. 315).

Así, indagaré sobre los alcances y límites del poder opositivo o de resistencia de la manifestación de stencils callejeros, en relación con la morfología global con la que los grupos que participan de estas prácticas operan y se organizan en una red transfronteriza descentralizada. Es decir, vincularé el carácter utópico de estas manifestaciones con las posibilidades de desarrollo de una “nueva política” —tal como lo plantea Saskia Sassen—, a partir de la generación de dispositivos virtuales y globales que facilitan “la presencia” social de los actores marginales por fuera de las estructuras políticas formales (2007, p. 163). Para ello, me remitiré al lugar que ocupan los productores de stencils en la estructura social, contemplando la dinámica de surgimiento de las dos caras de la nueva clase global: los empresarios y empleados de las transnacionales, por un lado; y los inmigrantes ilegales y cyber-activistas, por otro.

II. Los productores. En busca de la eficacia comunicativa

Este estudio se centra en el análisis de las prácticas de lo que se puede denominar “la segunda generación de productores y productoras de stencils”, la cual se distingue de su predecesora por su origen, su posición en el campo cultural de la ciudad de Buenos Aires, sus objetivos estético-políticos y las características del modo de producción utilizado.

Durante las décadas anteriores al 2000 en Argentina, es posible divisar antecedentes, o la apropiación esporádica de la técnica del stencil por parte de grupos pertenecientes al campo artístico de ciudades como Buenos Aires y

Rosario. Uno de estos casos es el “Siluetazo”, acción inicialmente ideada para participar en los premios a las artes plásticas de la Fundación Esso, pero que debido a su carácter —es la primera evocación plástica de los desaparecidos de la última dictadura argentina—, es realizada en las calles, en el contexto de la Tercera Marcha de la Resistencia —1983—. Cabe citar también al Grupo GAS-TAR, que realiza stencils con la leyenda “no a la amnistía” durante la Cuarta Marcha de la Resistencia de las Madres de Plaza de Mayo —1984—, en el marco de sus denominadas “acciones estéticas de praxis política” (Fundación Osde, 2006). Hacia inicios de los años noventa, el grupo Ardetroy cubre la ciudad de Buenos Aires con su nombre. Más adelante, pueden citarse los stencils políticos del colectivo “Por el Ojo”, y la serie de stencils a domicilio que realizaba Ral Veroni (Indij, 2004, p. 13).

Sin embargo, de acuerdo con el estudio de campo de la investigación realizada por Jajamovich y Ayarza (2006), los colectivos que a partir del año 2000 van a multiplicarse en Buenos Aires, en consonancia con la tendencia global de la utilización del stencil que se divisa en numerosas ciudades del mundo, van a provenir de circuitos ajenos al campo de las artes plásticas. Si antes quienes apelaban al stencil eran artistas directamente vinculados y vinculadas al circuito del arte, los nuevos productores y productoras van a provenir mayoritariamente de los ámbitos del diseño gráfico y la publicidad. Son estudiantes o graduados y graduadas universitarios, cuyas edades oscilan entre los 19 y los 30 años. También, pero en menor medida, se encuentran músicos —generalmente del ambiente punk rock—, fotógrafos, ilustradores, estudiantes de cine, arte, arquitectura, y diseñadores de moda e industriales.

Es necesario aclarar que las intervenciones callejeras de los colectivos de arte no cesan durante los años posteriores al 2000, sino que conviven con la emergencia de la práctica general del stencil por parte de individuos que no se autodefinen como artistas. En efecto, durante el período analizado pueden citarse algunas intervenciones callejeras realizadas por agentes ya insertos en el campo del arte, como la instalación “Columna Vertebral” —2001—, de Eduardo Molinari, realizada en las escalinatas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, el mismo edificio donde funcionó la Fundación Eva Perón (Goethe Institut, 2002, p. 28). También, la performance “Invasión” —2001—, del GAC —Grupo de Arte Callejero—, realizada el 19 de diciembre, sólo horas antes del comienzo del saqueo y de las manifestaciones populares que precipitaron la finalización del gobierno de Fernando De la Rúa (Goethe Institut, 2002, p. 26). Hacia el mismo año, el artista Fernando Traverso estampó 350 bicicletas en tamaño natural en la ciudad de Rosario, lo que le valió en el 2003 el Primer Premio del LVII Salón Nacional de la misma ciudad (Indij, 2004, p.30). Cabe mencionar otros grupos de arte político callejero, presentes también en la escena urbana de los primeros años del 2000, como ETC —el Colectivo del Etcétera— y Periferia (UNGS. Guerin & Azás, 2007).

De modo que los rasgos que permiten distinguir la segunda generación de

stencileros aquí estudiada, de la actividad de los colectivos pertenecientes al campo del arte mencionados, son: la injerencia ocupacional de los primeros en los circuitos de la publicidad y el mercado de consumo masivo; y la restricción de su actividad exclusivamente a la técnica del stencil —no realizan acciones de arte, ni performances, ni instalaciones, como sí lo hacen los grupos de arte callejero—. La actividad de esta generación tampoco estará dirigida por manifiestos de ningún tipo ni prefigurada por un proyecto de obra, sino que se desarrolla como una práctica espontánea, a diferencia de los grupos conformados por artistas.⁵ Sin embargo, sus prácticas se encuentran investidas por una serie de premisas implícitas de carácter utópico, como las apelaciones a “cambiar el mundo” a través de la participación directa en la realidad (Guerin & Azás, 2007).⁶ Asimismo, el modo de producción de esta generación de stencileros va a estar fuertemente influenciada por el uso de Internet. Durante los primeros años del período estudiado, el intercambio de diseños y la copia a través de plataformas digitales globales son casi automáticos, y el espacio para la reflexión sobre la propia práctica, o sobre la originalidad, es secundario. Se reproducen así imágenes acuñadas en otras ciudades, como es el caso del stencil “capitalismo”, que fue traducido y aplicado en distintos lugares del mundo (Figura 1).

Sin embargo, el hecho de que la actividad de los stencileros no esté dirigida en los primeros años del 2000 por un manifiesto, como sí lo está la práctica de los colectivos de arte político, no impide que estos grupos sean considerados como “formaciones”, en el sentido que define Raymond Williams, es decir, teniendo en cuenta “las relaciones variables en las que los productores culturales se organizan a sí mismos” (1982, p.31). Esto implica que su actividad estará reglada por una estructura común de invariantes discursivas y metadiscursivas que reemplazan al manifiesto de los grupos de arte (Parajón & Enz, 2007), la cual se hace visible en las apelaciones al “terrorismo poético” de Hakim Bey (Indij, 2004, p.32); o en las vinculaciones que estos grupos establecen con la acción subversiva de los hackers. Así, por ejemplo, en la página web de la organización “The Eyebeam Openlab” se señala que “la calle y la Net están

⁵ El grupo Bs. As. Stencil explica: “(...) empezamos a experimentar con la calle como espacio de escritura; la razón para agruparnos fue sencilla, lo que poníamos en la pared eran ideas que compartíamos los tres. Por otro lado nos resultaba práctico funcionar como equipo para salir a pintar” (Bs. As. Stencil, 2002). A su vez, el colectivo Doma se constituyó como “un grupo de agitación visual que nació frente a la necesidad de crear un lugar de experimentación fuera de lo comercial” (Barrella, 2001). Un integrante del Taller de Gráfica Popular expresó: “Yo ya venía con ganas de mezclar mis dos pasiones: el diseño y la lucha (...) he diseñado para la facultad, para clientes chicos y grandes, para agencias de publicidad, pero lo que quiero, además de ir a las marchas llevando una pancarta, es diseñarla” (Jajamovich & Ayarza, 2006).

⁶ Testimonios como el de Rober, del grupo Stenciland, permiten establecer el carácter espontáneo y anárquico de la práctica: “En un principio era: qué linda imagen, en vez de llevarla a una remera, la pongo en la pared [...]. Después me fui tirando para el lado crítico. Los políticos duermen en la Argentina, nos duermen a nosotros. Entonces hago algo que represente esa idea y me guste como diseño: el Congreso durmiendo. Somos tres y nos sentamos a debatir ideas” (Soto, 2005). En palabras de Luciano L.: “Yo lo veo como algo que no es tan calculado, viste, bah, yo por lo menos no lo tomo así, ni diseño ni nada; es copiar una imagen que te gusta. Y bueno, a partir de eso quizás vos lo podés relacionar con un montón de cosas... porque tenés desde unos que son más laburados hasta otros que son tres rayas; pero es como que te gustan y querés ponerlas, y chau” (Jajamovich & Ayarza, 2006).

llenas de oportunidades para que los individuos alteren el funcionamiento del sistema”.⁷

De modo que la actividad de los grupos stencileros es percibida por ellos mismos en mayor o menor medida como una práctica cultural contrahegemónica, en tanto sus mensajes proponen cierta resistencia al imperialismo mediático, de modo no programático, autogestionado y con los medios prácticos a su disposición. Estos grupos traducen reivindicaciones políticas (Figura 2), raciales (Figura 3), de género (Figura 4) y ambientales (Figura 5); todas locales, pero que rápidamente pueden re-territorializarse, dado el carácter semejante de ciertas realidades nacionales, que permite convertir estas causas en asuntos globales. La rápida visualización y copia de las plantillas de stencils, facilitada por el uso de plataformas digitales en Internet, se puede verificar en las variantes sobre un mismo motivo que circulan en diversas ciudades del mundo, las cuales adaptan el mensaje a las distintas realidades; y la imagen, a los distintos matices de los códigos iconográficos locales (Figuras 6 y 7).

Es en este sentido como los productores de stencils operan organizados en una *formación global*, la cual coloca a disposición de la comunidad virtual las plantillas, los motivos, las fotos de sus diseños, generándose un intercambio infinito, donde la copia y readaptación están permitidas. Así, los stencileros de Buenos Aires son parte de un proceso global constituido por redes transfronterizas informales y espontáneas. Los distintos grupos, de distintas ciudades, operan en condiciones emergentes difusas, es decir, como “globalidades no cosmopolitas” (Sassen, 2007, p. 15), centrados en difundir cuestiones y causas locales, pero que a su vez forman parte de redes globales orientadas hacia los mismos objetivos y con participantes conscientes de pertenecer a estas redes de organización horizontal.

De esta forma, Amsterdam, Londres, Roma, Nueva York, Santiago, Bogotá... pero también Popayán, Chiapas..., Mar del Plata, Bariloche, Rosario, Córdoba, Bahía Blanca, son ciudades que tienen en común la práctica del stencil y que están interconectadas sin necesidad de mediaciones con respecto a un centro particular.⁸ Este conjunto urbano variable configura una geografía específica que trastoca no sólo las unidades geopolíticas acuñadas durante la modernidad, sino los criterios usuales de centralidad/marginalidad; norte/sur.⁹

Los hacedores y hacedoras de stencils gestionan de este modo una

⁷ “The Eyebeam Openlab”. Consultado el día 17 de diciembre de 2007 en el URL <http://research.eyebcam.org/>

⁸ Ganz (2004) realiza un pormenorizado recuento de la producción global de stencils; allí pueden citarse en México a Acamonchi; en Sao Paulo a Herbert; en Nueva York a Stain y Socout; en Madrid a Dier, Dr. Hofmann, Einsamkeit, Pisa 73, Thuner; en Bristol a Nick Walker; en Melbourne a Burncrew. Con respecto al stencil en Latinoamérica, cabe señalar al colectivo Lab 05 Bio política y resistencias, que está desarrollando de forma autónoma una investigación sobre “Las nuevas escrituras urbanas” en las ciudades de Santiago, Valparaíso y Temuco. Desde el ámbito académico, el stencil en Santiago también es analizado por Víctor Bravari (2006) y de modo más general por Patricio Rodríguez Plaza (2006). En el caso de los stencils en la ciudad de Buenos Aires, Indij (2004) realiza la primera recopilación editada.

⁹ Esta nueva división está fundada en el incremento de la desigualdad con respecto a la concentración de recursos y actividades estratégicas entre cada una de esas ciudades y las demás ciudades del mismo país (Sassen, 2007). Si bien

comunicación horizontal global, en la que en algunas ocasiones mediatizan las voces de ciertos actores sociales marginados y afectados por los procesos de globalización económica —inmigrantes ilegales, ecologistas, pueblos aborígenes— (Figura 8), al tiempo que expresan manifestaciones en contra de la violencia policial (Figura 9), las dictaduras latinoamericanas (Figura 7), el imperialismo y la sociedad de consumo (Figura 10), la invasión de Irak (Figura 11), etc. De este modo, ciertos discursos que canalizan las demandas de los grupos desfavorecidos de la sociedad civil circulan en las ciudades y simultáneamente rebasan el ámbito de lo local, es decir, se inscriben en la “glocalidad de la ciudad: ese espacio comunicacional que enlaza entre sí sus diversos territorios y los conecta con el mundo, en una alianza entre velocidades de la información y modalidades del habitar” (Barbero, 2003, p. 314).

II.I. Ludditas del Siglo XXI

La vinculación que tienen los grupos productores de stencils estudiados aquí con la cultura visual, está determinada en gran medida por las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Imagen y Sonido y Diseño Textil y de Indumentaria de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, dependiente de la Universidad de Buenos Aires.¹⁰ La mayoría se definen como estudiantes o egresados de este ámbito, lo cual resulta un dato significativo. Las facultades públicas latinoamericanas, hoy hipertrofiadas, envejecidas y económicamente asfixiadas son, como describe Juan Villoro, “gigantescas salas de espera donde se entretiene a los jóvenes para que no se conviertan en factor de conflicto social” (García Canclini, 2001, p.26). Teniendo en cuenta el impacto económico de la crisis del 2001 en Argentina, las perspectivas a futuro de esta generación de universitarios y universitarias no eran alentadoras; frustrados antes del comienzo, se vieron obligados y obligadas a optar entre emigrar y trabajar en puestos secundarios en los servicios del primer mundo, o volverse técnicos de las transnacionales que controlan la producción y el comercio del propio país.

el concepto de “ciudad global” de Sassen está referido directamente a la infraestructura y capacidades necesarias para la gestión de las operaciones internacionales de las empresas y de los mercados globales, es posible, en el ámbito cultural, vislumbrar otros “centros” en donde se desarrolla una cultura o contracultura global, que no necesariamente coinciden con las sedes económicas y administrativas del capital internacional. Es el caso de las pequeñas localidades como Bahía Blanca o Chiapas, en donde también se ha registrado el uso de stencils.

¹⁰ Para Jajamovich y Ayarza (2006): “(...) el vínculo con estas carreras se da de diferentes formas. Por ejemplo, Doma —que, entre otras actividades, realiza stencils— surge en 1998 a partir de un grupo de estudiantes de Diseño Gráfico e Imagen y Sonido de la UBA. En la actualidad, algunos de sus miembros son docentes de dichas carreras. Asimismo, entre los integrantes de BsAsStencil —grupo surgido en diciembre de 2002— encontramos dos diseñadores gráficos. Por su parte, el grupo Burzaco Stencil cuenta con la participación de un estudiante de Diseño de Indumentaria de la UBA. A su vez, los integrantes de este grupo han participado, en calidad de invitados, en clases de Diseño II, materia de la carrera de Diseño Gráfico. Finalmente, también el grupo Fase está integrado por diseñadores y por docentes de la FADU”.

Tal es el caso de los diseñadores y diseñadoras de Punga, grupo que creó la gráfica en Argentina de los comerciales de Coca-Cola y Gancia; y de los integrantes de Doma, quienes también se desempeñan en una filial local de una mega-publicitaria. De este modo, gran parte de los productores de stencils se desarrollan en empleos que los llevan a reproducir las prácticas funcionales a la economía y el control global. Pertenecientes al complejo de servicios corporativos, más específicamente como trabajadores y trabajadoras de las agencias de publicidad, se ocupan en traducir a los códigos locales las improntas publicitarias de las transnacionales, a fin de lograr la inserción comercial adecuada en el nicho argentino. En este sentido, su práctica está determinada por la condición de pertenecer a una “ciudad global”; es decir, su actividad se inscribe en un espacio de poder funcionalmente vinculado a las operaciones económicas transnacionales y articuladas en una red de ciudades que “(...) quiebra en parte la antigua división entre Norte y Sur en tanto construye una geografía de la centralidad que incluye importantes ciudades del Sur, aunque su ubicación en la jerarquía global sea modesta” (Sassen, 2007, p. 36).

En el caso de los integrantes de Punga o Doma, son trabajadores insertos en el sistema de producción global, pero provenientes de una clase media en descenso. La abrumadora oferta de mano de obra calificada en el mercado de trabajo publicitario provoca la subvaloración de su fuerza de trabajo y el consecuente deterioro de las condiciones laborales de estos puestos. De modo que no se trata de la nueva clase internacional de trabajadores y trabajadoras profesionales —aunque puedan albergar todavía lejanas perspectivas de movilidad—; ni tampoco de los trabajadores y trabajadoras con escasa calificación, manuales o de servicios, mal remunerados, a quienes describe Sassen como integrantes de las “nuevas clases de desfavorecidos globales” (2007, p. 205). Es un estrato intermedio que oscila entre ambos polos, y cuyas expectativas de movilidad están restringidas por el impacto y la polarización social que genera el proceso de globalización.

En la conformación de la generación de stencileros estudiada, no se puede soslayar la presencia de jóvenes vinculados al arte, al punk rock y a la cultura “indie”.¹¹ Si los diseñadores y diseñadoras confieren al stencil la técnica, los artistas aportan la cultura del “hacelo vos mismo”, a partir de la cual en Buenos Aires se reproducen diversos productos culturales que no están insertos en el espacio de edición y circulación masivo asociado a los grandes capitales. Documentales, cortometrajes, discos, ropa, objetos de diseño, libros y fanzines recorren este circuito alternativo que podría representar, en palabras de Williams, las “áreas de la experiencia, la aspiración y el logro

¹¹ Un integrante de Rundontwalk define: “(...) la movida indie es algo muy importante, se trata de la premisa del *HAZLO TU MISMO*... eso es esencial... no esperar a que venga alguien a ofrecerte algo, andá y hacelo... ¿no sabés cómo hacerlo? ¿no hacés nada por temor a hacerlo mal? No importa, hacelo a tu manera, si es a tu manera nadie te puede decir que está mal... poné tus propias reglas y ya...” (Seidl, 2005).

humanos que la cultura dominante rechaza, minusvalora, contradice, reprime o incluso es incapaz de reconocer” (1980, p. 146). Tal como lo caracteriza este autor, los procesos culturales cambian continuamente, de modo que parte de lo que en un momento dado es considerado un fenómeno emergente, puede ser transformado en residual al ser mediatizado —“tamizado”— por una tradición selectiva. La “cultura indie” y el específico circuito del arte (galerías, museos) son usinas de creación, de las cuales la industria de la cultura se nutre habitualmente. En los últimos años, una versión de la “cultura independiente” se ha transformado en mercancía asimilada, activamente residual al sistema. Sin embargo, no hay que olvidar que bajo la conceptualización de Williams, otro aspecto de la misma cultura puede permanecer, simultáneamente, como residual-opositivo.

De modo que la rebeldía de estos diseñadores y diseñadoras, promotores de la industria “alternativa”, y publicitarios, consiste en “escamotear” de su lugar de trabajo el material, los desechos y el tiempo para ponerlos en función de una actividad libre. Es decir, inventan productos destinados a expresar, por medio de un “gasto improductivo”, su propia concepción y la de otros actores en situación más desfavorecida, trazando un lazo solidario más allá de sus grupos de pertenencia (De Certeau, 1996, p. 31).

II. II. Topografías del poder

La distribución de los stencils durante el período analizado no es homogénea en la ciudad de Buenos Aires. Las intervenciones se concentran mayoritariamente en la franja que se extiende desde la Ciudad Universitaria —agrupando a las Facultades de Arquitectura, Diseño y Ciencias Exactas—, hasta la zona de La Boca. Es decir, se localizan en las paredes de los barrios céntricos, económica y culturalmente más activos (Jajamovich & Ayarza, 2006).

En el espacio de la ciudad se materializan las contradicciones a nivel arquitectónico; se prevén y adjudican zonas para la sobrevaloración del capital empresarial, por un lado, y para la subvaloración y exclusión de ciertos actores sociales. Así, la *city* financiera convive con zonas urbanas deprimidas y cordones marginales. En este mapa, se despliega una lucha simbólica por ganar el espacio público, consigna que se manifiesta explícitamente en la leyenda “las calles son nuestras” [Figura 12]. La proliferación de stencils en las diferentes ciudades podría ser vista como un modo más en el que emergen las contradicciones sociales y la imposibilidad de las utopías urbanistas modernas. En el caso de Latinoamérica, tal como lo observa Rodríguez Plaza (2006), “(...) la ciudad se convierte en una imagen fractal, donde el desorden y el caos esconden una estructuración —social, política o cultural— trizada, que sólo puede ser aprehendida desde una mirada dislocada respecto a los enfoques que comúnmente se hacen sobre ella”. Y es que el fin del ciclo expansivo de la modernidad derivó en esta ciudad fragmentada y caótica, ciudad que

si bien se ve independizada de un proyecto unívoco, se ha quedado sin un Estado capaz garantizar criterios democratizadores, en donde la defensa de la heterogeneidad y la diversidad es dudosamente asumida por el mercado.

En este sentido, los stencils pueden entenderse como una manifestación gráfica de la violencia política urbana, en la que grupos que carecen de legitimidad de facto para aplicar la violencia —como sí la tienen las empresas extranjeras y la nueva clase de profesionales transnacionales—, expresan sus reivindicaciones sobre la ciudad. Irrumpen en esta topografía planificada por el poder y adquieren una presencia. Con esto, “(...) se hace evidente que la falta de poder no elimina la posibilidad de ser un actor político” (Sassen, 2007, p.162); por el contrario, es una estrategia que permite a los actores más vulnerables entrar en contacto con los detentadores del poder (Body—Gendrot, 1999).

III. Las imágenes. Artefactos semánticos

Tal como se ha señalado, los diseños de los stencils son tomados de la red y recreados en diversas ciudades del mundo, indiferenciando las instancias de creación y reproducción. Los motivos manifiestan una reapropiación de los tópicos de la cultura mediática global, de carácter especular, ilimitada y horizontal, en la medida en que no existen condiciones materiales que predeterminen un centro y una periferia en la red de intercambio que se genera entre los productores de stencils.¹²

No obstante esta condición global, el stencil consolida su especificidad semántica en la relación con el contexto donde es aplicado. Es un signo que adquiere su sentido en su relación con los mensajes aledaños, con la significación de la arquitectura que lo soporta y con el bagaje cultural de los transeúntes que por allí circulan.¹³ No se pueden leer de la misma forma los stencils “anti-Bush” aplicados sobre un muro abandonado, que sobre la pared de la embajada norteamericana. Asimismo, Corvalán (2006) observa que en

¹² Existen diversas páginas en Internet que colocan a disposición de los navegantes plantillas y recursos para realizar stencils, generalmente de índole política, como las página webs “Stencil Punks”: http://stencilpunks.matrrunningnaked.com/text_political.html; “Outlines of a Revolution”, presentada en 32 idiomas, cuenta con una base de datos de 622 motivos para realizar stencils políticos, organizados en ficheros por tema: <http://stencil.redapollo.org/displayimage.php?album=6&pos=6>; “Iconoclastas”, el laboratorio argentino de comunicación y recursos contrahegemónicos: <http://www.iconoclastas.com.ar/>, y “The Eyebeam Openlab”, un laboratorio abierto con sede en Nueva York que cuenta con un cutter laser, entre otros implementos tecnológicos: <http://research.eyebeam.org/>.

¹³ Integrantes del grupo Fase comentan que prefieren realizar stencils en la Facultad de Arquitectura de la UBA, donde “es interesante lo que pasa con las personas que concurren porque están vinculadas profesionalmente con lo nuestro”. Miguel F., por su parte, dice que “ahora estamos por ir a La Boca a pintar unas cosas más autóctonas, más argentinas; unos Gardel y unos Maradonas... Bueno, por ejemplo ahora vamos a ir a esos lugares porque son turísticos, y bueno (...) la gente valora más lo que hacemos, ¿viste?, la gente que está en el tema de arte, y esas cosas, gente que viaja”. Y más adelante: “pinté diseñadores, la cara de Carolina Herrera... eso no es un mensaje para cualquiera. Para la gente que está en moda. Cualquiera no va a identificar la cara. Entendés, yo quise dar un mensaje para la gente que está en moda, le puse en vez de fuck you, fuckshion, tenía fuckshion por todos lados; yo vivo de eso también, entendés, es como un mensaje que yo quise tirar, y nada, salió (...) ese lo tengo todo pintado acá en la Avenida Córdoba, en los pedacitos que quedan en los locales de ropa, ahí los pinté. Pero como para dar un mensaje para esa gente, se mueven muchos diseñadores, de moda, y esa gente sí lo va a identificar” (Jajamovich & Ayarza, 2006).

el caso chileno la selección del espacio donde se plasman los stencils no es un tema menor “pues a través de ese lugar se selecciona de manera natural al receptor”.

Desde el punto de vista de la teoría de la representación, la elección deliberada del entorno donde son aplicadas las imágenes hace que estas últimas alcancen un grado de transparencia mayor, al re-semantizar el espacio. Allí la imagen devela con más fuerza su historicidad, representa inequívocamente el mensaje que produce.

III.I. Un museo mutante

La función que los distintos productores de stencils le otorgaron a sus prácticas fue variando dentro del período analizado. Durante los primeros años de auge del stencil en la ciudad de Buenos Aires se verifica la preponderancia a utilizar la técnica para fines informativos, comunicativos y de protesta frente a una realidad política conflictiva. Esto sucede también a nivel mundial con ocasión de la invasión de Estados Unidos a Irak, manifestada en la diversidad de diseños “anti—Bush”. Sin embargo, esta tendencia cede a lo largo de los años en favor de un uso experimental del soporte, con una mayor opacidad representativa (Figura 13). En razón de esto, podría argumentarse que en épocas de crisis de legitimidad y radicalización de los acontecimientos sociales, la estrategia comunicativa del stencil se basa en la eficacia para transmitir un mensaje claro, subordinado a fines políticos. En cambio, cuando el escenario social y político alcanza cierta estabilidad, este dispositivo es abandonado a la experimentación formal, con la consecuente opacidad del mensaje.

El repertorio de procedimientos retóricos que incluyen los stencils es variado. La repetición es el más evidente. El resultado son obras producidas por la técnica del diseño, que aplicadas individualmente son íconos, pero que impresas y yuxtapuestas en conjunto conforman murales donde en algunos casos se visualizan pequeños relatos sobre un fondo abstracto (Figura 14). Estas obras pueden entenderse como un correlato espacial de lo que Barbero describe como el modo de percepción del “sensorium moderno”, formado a partir de la operatoria del montaje en los medios audiovisuales, donde se “(...) fabrica un presente bajo la forma de golpes sucesivos sin relación histórica entre ellos” (2003, p.311).

Otro recurso muy utilizado en las estampas de la ciudad de Buenos Aires es la ironía. Tal es el caso del stencil “Disney War” que representa a Bush hijo con las orejas de Mickey Mouse (Figura 2). En esta dirección se hace visible la “parodia”, que encuentra en la nostalgia norteamericana hacia los años 50 un motivo recurrente. El sueño edulcorado de estabilidad y prosperidad —la inocencia naif de una sociedad de consumo—, es ridiculizado. Un stencil presenta la leyenda “American Style” y sobre ésta el dibujo de una joven —estilo años 50— jugando al *bowling* con una dinamita encendida (Figura 11).

La copia y la representación a escala real de distintos objetos también es algo frecuente en la práctica experimental del stencil. Ejemplos de ello son las 350 bicicletas en tamaño natural que Fernando Traverso estampó en el 2001 en la ciudad de Rosario; o la representación que realiza Mr. Hofmann de una figura humana realizando un stencil en perspectiva, generando la ilusión de su presencia (Figura 15).¹⁴ Pero cuando la copia se hace acríticamente y en referencia a productos culturales del pasado, cuando no existe intención de parodia, recibe el nombre de “pastiche”. Fredric Jameson traslada este término proveniente de las bellas artes hacia los productos de la industria cultural.

Es que el repertorio temático engloba tanto al pop art —citas a la pieza “128 die in jet” de Andy Warhol o a la tapa del disco de Velvet Underground, producido por el artista—, y al surrealismo —la representación de una pipa, con la leyenda “pared”—, como también, y mayoritariamente, a los personajes del universo mediático. Meteoro, Arnold de la serie Blanco y Negro, Don Corleone del Padrino, Mario Baracus de la serie Brigada A, Freddy Krueger, el protagonista de La Naranja Mecánica, Ringo Bonavena, Sid Vicious, Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Yoda, Darth Vader, Dr. Spock, ET, Lennon, Jim Morrison, Jimi Hendrix, Bob Marley, Lou Reed, The Ramones, el Che Guevara, Diego Maradona, el cómico popular argentino Alberto Olmedo, son habitualmente retratados. Así, estos dibujos hablan a través de la construcción de frases propias con un vocabulario y una sintaxis recibidos (De Certeau, 1996), es decir, a través de la apropiación de las imágenes del “star system” para actualizarlas, para imprimirles una significación particular y restablecerlas dentro de otro tipo de contrato comunicacional.

Aparece entonces en la ciudad un museo viviente, ambulante, mutante, que proyecta fragmentos del universo mediático, la contracultura de los años 60 y 70 y la actualidad política en las paredes a modo de palimpsesto, donde “(...) la persistencia de estratos profundos de la memoria y la mentalidad colectiva son sacados a la superficie por las bruscas alteraciones del tejido tradicional que la propia aceleración modernizadora comporta” (Marramao, 1989, p. 60).

IV. Más allá de las imágenes

Teniendo en cuenta que la cultura posmoderna de la globalización capitalista es una cultura de la imagen, “(...) una cultura que deriva del predominio cotidiano de lo visual en las formas de percibir el mundo y de interactuar con él” (Richard, 2006, p.103), se vislumbra un enorme cúmulo de imágenes, en el que se juegan pequeñas batallas por la lucha del sentido diariamente, más

¹⁴ Pueden reconocerse dos antecedentes en la historia argentina de este tipo de manifestaciones: las “incorporaciones de gente a la tela” que consistían en contornear la figura de una persona apoyada en la tela del artista, realizadas por Alberto Greco en los años 60; y el ya mencionado “Siluetazo”, en los años 80. Cfr Indij (2004, p.30). Pero la copia en tamaño natural se remite a los orígenes mismos del stencil, en los años 80, cuando un par de amigos parisinos invaden las calles de París con imágenes de ratas. De allí el nombre del primer stencilero: Blek le Rat. Con el tiempo, pasó a reproducir a escala las imágenes de Buster Keaton, Charly Chaplin y una prostituta. Cfr Kozak (2004, p.186).

allá de su pertenencia o no al sistema de mercantilización. Luchas de poder que pueden vislumbrarse en el terreno de las prácticas: del consumo (García Canclini, 2001), de las reapropiaciones y escamoteos (De Certeau, 1996) o de la utilización de los medios electrónicos con fines activistas (Sassen, 2007).

Aparecen así nuevas formas de generación de redes, de identidades y de confrontaciones que cuestionan los pronósticos de homogeneización cultural. García Canclini y Sassen le atribuyen, uno al consumidor, y el otro al sujeto despojado de los medios de producción, un rol activo; le conceden cierta posibilidad de acción y la capacidad de atribuirse una presencia en el escenario determinado por las grandes corporaciones. De Certeau fue el primero en observar las pequeñas prácticas del “desvío”, que definieron a un sujeto pasivo y obediente.

En el caso de los stencils, podría decirse que la réplica no sólo habita en el contenido irónico de los chistes. Allí donde el sentido no es abiertamente trasgresor, la resistencia radica en el modo de utilizar esas imágenes extraídas del repertorio mediático, en la condición clandestina y prohibida de pintar las paredes. Es lo que de Certeau llama “modos de hacer”, el “escamoteo” de los recursos laborales para generar una práctica y un discurso propio.

Asimismo, como toda creación cultural, los stencils son el resultado de una lectura anterior. Es la respuesta masificada de los consumidores que se rebelan, reproducen y refractan el universo de imágenes y discursos de los medios masivos con los que conviven. En este sentido, el fenómeno del stencil denota el proceso que Appadurai (2001) señala como la transformación del “campo de la mediación masiva” provocado por los medios de comunicación electrónicos. Así, por ejemplo, Internet, a través de los vínculos que posibilita, facilita la construcción de la imagen de uno mismo y del mundo, la generación de identidades en torno a una causa común, o a un texto visual.

Pero ¿hasta qué punto resultan eficaces estas pequeñas prácticas disruptivas de quienes están condenados y condenadas a ser consumidores, de los desposeídos y desposeídas de los grandes medios de producción cultural? Las reapropiaciones que observa de Certeau, ¿no son sólo modestos gestos contraofensivos?; y la libertad de elección del consumidor que postula García Canclini, ¿no está predeterminada por la decisión de los conglomerados de producir o distribuir determinados productos?

Si tomamos la perspectiva de Jameson para contestar estas preguntas, las múltiples “apropiaciones” que señala de Certeau no serán más que la reproducción en mayor o menor medida de la pauta cultural dominante del capitalismo tardío.¹⁵

¹⁵ Gorelik (2004) señala que la utilización de la metáfora cartográfica que recorre la reflexión de los estudios culturales urbanos, ha oscilado entre los polos antagónicos del pensamiento de De Certeau (1996), sobre todo en el texto “La invención de lo cotidiano” de 1980; y de Jameson (1999), en “El posmodernismo como lógica cultural del capitalismo tardío”, de 1984. En palabras del autor, “(...) ambos parten del reconocimiento de la calidad heterotrópica del espacio urbano moderno frente a la voluntad moderna de representarlo como utopía, por ponerlo en los términos del propio

Es que en los stencils también se pueden identificar algunos rasgos de lo que Jameson define como características de la posmodernidad. Uno de estos rasgos es el fin del “ego burgués”, la extinción del “yo que siente”, sobre la cual podría tenderse una analogía con la técnica del stencil, en tanto constituye un molde confeccionado grupal y anónimamente donde el estilo, como algo único y personal, desaparece. El ocaso de la mónada es la causa de lo que en la práctica Jameson denomina pastiche: la “imitación de estilos muertos, el discurso a través de las máscaras y las voces almacenadas en el museo imaginario de una cultura que hoy es global” (1998, p. 39).

La reivindicación fragmentaria y superficial de íconos del pasado sin una mirada que los reactualice, que los resitúe en el presente, es un modo estético característico de la tercera fase del capitalismo. Manifiesta la crisis “(...) de nuestra posibilidad vital de expresar la historia de modo activo” (Jameson, 1998, p. 39), la cual ya no es capaz de organizar su pasado y su futuro en una experiencia coherente.

De esta forma, los sujetos posmodernos difícilmente podremos —para Jameson— producir algo más “(...) que cúmulos de fragmentos y una práctica azarosa de lo heterogéneo, fragmentario y aleatorio” (Jameson, 1998, p. 47). Así se llega a una homología con la psicopatología: el mosaico heterogéneo de imágenes yuxtapuestas sin un sentido que las hilvane entre sí, es un bombardeo esquizofrénico de significantes diferentes y sin relación.

V. Conclusiones. ¿Nuevas utopías del espacio?

El enfoque de Jameson, si bien permite describir ciertas recursividades encontradas en distintos objetos culturales, y atribuirles a la contemporaneidad, también impide contemplar y problematizar otras facetas que escapan en mayor o en menor medida a los síntomas definidos por el diagnóstico de la “patología social”, por la ausencia de profundidad.

De Certeau se esfuerza en encontrar las excepciones, en escuchar el murmullo de quienes, por regla general, callan. Jameson describe las generalidades, las recurrencias de un orden aplastante. ¿Los stencils podrán ser algo más que la repetición inconsciente y homogeneizante de la posmodernidad, y algo menos que la manifestación de un movimiento utópico concentrado en su eficacia política?

En la recopilación que realiza Guido Indij de los stencils de la ciudad de Buenos Aires, relaciona esta práctica visual con un texto de Hakim Bey¹⁶

Foucault (1976). Esta visión de Foucault implicó una transformación clave en la concepción de la ciudad”, la cual ya “(...) no puede ser comprendida ni como un vacío, escenario de las prácticas sociales (a la manera de la sociología urbana), ni como un modelo, maqueta jerárquica del pensamiento proyectual (a la manera urbanística), sino como un espacio heterogéneo, socialmente producido por una trama de relaciones, materialización compleja de la cambiante textura de las prácticas sociales” (Gorelik, 2004, p. 6).

¹⁶ Hakim Bey es el seudónimo de Peter Lamborn Wilson (n. Nueva York, 1945). Es un escritor, ensayista y poeta estadounidense que se describe a sí mismo como “anarquista ontológico” y sufi.

sobre el “terrorismo poético”, fechado en 1984, donde el escritor impulsa a realizar acciones insólitas en lugares públicos. Entre ellas, menciona el “arte del graffiti” (Indij, 2004, p. 32). Aunque entre los productores de stencils parece hoy reinar más el descreimiento que el impulso utópico de Hakim Bey, entre ellos y ellas resuena cierto espíritu crítico hacia las condiciones sociales, políticas y culturales actuales, y en los casos más radicales, aflora la figura de las guerrillas armadas latinoamericanas (Figura 16).

En este sentido, los stencils operan como una crítica utópica. Muestran el reverso de la institución presente, se constituyen como “el otro de la sociedad real”, en palabras de Marin (1994). Juegan con lo alterativo de la imagen, irrumpen en el orden habitual para disparar el mecanismo de la imaginación, para crear nuevas imágenes del mundo y de ellos mismos, es decir, para forjar nuevas identidades con el vocabulario provisto por el universo de los medios de comunicación de masas. Citando a Appadurai (2001, p. 20): “(...) el trabajo de la imaginación, (...) no es ni puramente emancipatorio ni enteramente disciplinado, sino que, en definitiva, es un espacio de disputas y negociaciones simbólicas mediante el que los individuos y los grupos buscan anexas lo global a sus propias prácticas de lo moderno”. La imaginación da cauce a lo nuevo, entendida como propiedad de colectivos, como postura activa, y no como evasión.¹⁷

Siguiendo a Marin (1994), es necesaria la posterior representación científica o teórica del discurso utópico, “el cual se absorberá como ideal social, ensueño imaginario, o proyecto político, en suma, como modelo cuyo criterio será la posibilidad o la imposibilidad de su realización”. Entonces, si el discurso utópico es “esa forma ideológica de discurso con valor anticipador teórico”, habrá que preguntarse si existen condiciones materiales concretas que apuntalen el desarrollo de nuevas reivindicaciones, en la voz de nuevos estratos sociales. Para Sassen, esta posibilidad se asienta en el surgimiento de una nueva política transnacional centrada en espacios locales concretos: las ciudades globales.

Si en las ciudades globales se materializan las contradicciones de la globalización económica, tal vez, como afirma Sassen, éstas sean uno de los espacios más estratégicos para la formación de nuevos tipos de identidades y comunidades, locales y transnacionales, con una fuerte carga de reivindicaciones políticas y con un concepto nuevo de ciudadanía. El fenómeno global de los stencils, entonces, al tiempo que nace organizado en una red informal transnacional que no necesariamente depende de un centro, es

¹⁷ Cabe destacar que en Latinoamérica la teoría de los imaginarios, desarrollada por Armando Silva, se propone “captar y aislar para su estudio lo que llamamos croquis urbanos, que no son otros que los mapas afectivos donde uno se encuentra con otros (...) Los mapas son de las ciudades, los croquis pertenecen a los ciudadanos; entonces, un estudio de imaginarios fundados en las percepciones ciudadanas lo es de los croquis colectivos, donde en nuestra perspectiva se ubican los procesos de urbanización” (Mujica, 2005). Sin embargo, este enfoque sociosemiótico encuentra críticas en otros autores por llevar al “reemplazo de la imaginación política por las opiniones o los deseos de la gente, estadísticamente relevados” (Gorelik, 2004).

también la manifestación de las contradicciones de este orden global; es una de las formas, aunque precaria y asistemática, en que los discursos de los actores sociales marginados adquieren cierta presencia, por fuera de las estructuras políticas formales y de la hegemonía de los conglomerados mediáticos.

Se funda así una experiencia colectiva que llega a producir identidad en grupos que no necesariamente se conocen cara a cara, comunidades capaces de pasar de la imaginación compartida a la acción colectiva. A través de los stencils de índole política, aparece la voz de los estratos medios; y la presencia —mediatizada por éstos— de la clase más desfavorecida dentro del espacio estratégico de la ciudad.

Lista de referencias

- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Trilce-FCE.
- Barbero, J. (2003). Estética de los medios audiovisuales. En: R. Xirau & D. Sobrerilla. *Estética*, (pp. 303-328). Madrid: Trotta.
- Barrella, S. (2001). Grupo Doma: agitación visual para tus ojos cansados [Versión electrónica]. *Revista Ñ. Clarín*. Recuperado el 27 de mayo de 2006, de <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2001/05/27/u-01202.htm>
- Body-Gendrot, S. (1999). *Economic globalization and urban unrest*. Londres: Blackwell.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México, D. F.: Grijalbo.
- Bravari, V. (2006). “Stencil”: imágenes inesperadas. *Revista Universitaria*. 91. Dossier. Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado el 31 de julio de 2008, de <http://www.uc.cl/ru/91/html/dossier3.htm>
- Bs. As. Stncl. (2002). *Bs. As. Stncl. Historia*. Recuperado el 16 de mayo de 2006, de <http://www.bsasstencil.com.ar/>
- Corvalán, F. (2006). “Graffiti”: resistencia en los muros. *Revista Universitaria*. 91. Dossier. Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado el 31 de julio de 2008, de <http://www.uc.cl/ru/91/html/dossier3.htm>
- de Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México, D. F.: Universidad Iberoamericana.
- Figuerola Irrazabal, G. (2006). *Sueños enlatados. El graffiti hip hop en Santiago de Chile*. Santiago: Cuarto Propio.
- Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. México, D. F.: Siglo XXI.
- Fundación Osde (2006). *Cuerpo y Materia. Arte Argentino entre 1976 y 1985*. Buenos Aires: Fundación Osde.
- Ganz, N. (2004). *Graffiti. Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.

- Goethe Institut (2002). *Trama 2001. La sociedad imaginada desde el arte contemporáneo*. Buenos Aires: Goethe Institut.
- Goethe Institut (2003). *Trama 2002. Imágenes, relatos y utopías*. Buenos Aires: Goethe Institut.
- Goethe Institut (2003). *La normalidad. Buenos Aires 2003. La crisis de la representación*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de <http://www.exargentina.org/antecedentes-buenosaires1.html>
- Gorelik, A. (2004). Imaginarios urbanos e imaginación urbana. Para un recorrido por los lugares comunes de los estudios culturales urbanos. *Bifurcaciones* [Revista electrónica]. 1. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de www.bifurcaciones.cl/001/Gorelik.htm
- Guerín, A. I. & Azás, M. L. (2007). Las representaciones alternativas de los problemas sociales en el espacio público: arte político callejero. En: Universidad de General Sarmiento, (Ed.), *Comunicación y Espacio Público. IV Jornadas Anuales de Investigación en Comunicación*. Buenos Aires: Instituto del Desarrollo Humano.
- Indij, G. (2004). *Hasta la victoria, stencil!* Buenos Aires: La Marca Editora.
- Jajamovich, G. & Ayarza, M. S. (2006). Arte y ciudad: los stencils en Buenos Aires. *Wokitoki* [Revista virtual]. Recuperado el 24 de abril de 2006, de http://www.wokitoki.com.ar/articulos/contemporaneos/arte_y_ciudad_los_stencils_en_buenos_aires.html
- Jameson, F. (1998). *Teoría de la Postmodernidad*. Madrid: Trotta.
- Jameson, F. (1999). El posmodernismo como lógica cultural del capitalismo tardío. *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial.
- Kozak, C. (2004). *Contra la pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Marin, L. (1994). Tesis sobre la ideología y la utopía [Versión electrónica]. *Criterios* (La Habana), 32, pp. 91-97. Recuperado el 30 de enero de 2006, de www.criterios.es/pdf/marintesisideo.pdf
- Marramao, G. (1989). Metapolítica: más allá de los esquemas binarios acción / sistema y comunicación / estrategia. En: X. Palacios & F. Jarauta Marion (eds.). *Razón, ética, política: el conflicto de las sociedades modernas*. Barcelona: Anthropos.
- Mujica, M. (2005). Entrevista a Armando Silva: Ser santiaguino o porteño es, primero, un deseo. *Bifurcaciones* [Revista electrónica]. 4. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de www.bifurcaciones.cl/004/Silva.htm
- Parajón, M. E. & Enz, A. (2007). La ciudad intervenida. Lecturas críticas sobre el fenómeno de las intervenciones urbanas. En: Universidad de General Sarmiento, (Ed.), *Comunicación y Espacio Público. IV Jornadas Anuales de Investigación en Comunicación*. Buenos Aires: Instituto del Desarrollo Humano.
- Reyes, P. & Vigara, A. (1997). Graffiti y pintadas en Madrid: arte, lenguaje y comunicación. *Espéculo*, 4. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. [Versión electrónica]. Recuperado el 31 de julio de 2007, de www.ucm.es/info/especulo/numero4/graffiti.htm

- Richard, N. (2006). Estudios visuales y políticas de la mirada. En: Flacso, *Educación la mirada* (pp. 97-109). Buenos Aires: Manantial.
- Rodríguez Plaza, P. (2006). Estética callejeada. *Revista Universitaria*. 91. Dossier. Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado el 31 de julio de 2008, de <http://www.uc.cl/ru/91/html/dossier3.htm>
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Seidl, B. (2005). RDW es arte, es diseño, es caos y es un juego a la vez. *Velvet Rockmine* [Revista virtual]. Recuperado el 30 de mayo de 2006, de http://www.velvetrockmine.com.ar/interviews/run_dont_walk/index.php
- Silva, A. (1987). *Punto de vista ciudadano. Focalización visual y puesta en escena del graffiti*. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo.
- Silva, A. (1988). *Graffiti. Una ciudad imaginada*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Soto, M. (2005). Las paredes hablan [Versión electrónica]. *Página/12*. Recuperado el 30 de mayo de 2006, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2023-2005-02-13.html>
- VV.AA. (2007). *Imaginario urbano en América Latina: urbanismos ciudadanos*. Barcelona: Fundació Antoni Tàpies.
- VV. AA. (2007). *Lab 05 Bio política y resistencias*, N° 0. [Revista virtual]. Recuperado el 31 de julio de 2008, de http://colectivonph.com.ar/nph/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=54
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- Williams, R. (1982). *Cultura, sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona: Paidós.
- Wolkowicz, D. (2006). El stencil en Buenos Aires. *Foroalfa* [Revista virtual]. Recuperado el 30 de mayo de 2006, de http://www.foroalfa.com/A.php/El_stencil_en_Buenos_Aires/26
- Yutonic, J. & Pino, F. (2005). *El libro del graffiti. Una ventana hacia el mundo del grafitero chileno*. Pardepés: Temuco.

Fuentes de las Figuras

- Figura 1. De arriba, izquierda a derecha: *Instapundit*. Recuperado el 20 de mayo de 2007, de http://www.instapundit.com/archives/week_2004_10_24.php
- Reclaim your city*. Recuperado el 20 de octubre de 2007, de http://www.reclaimyourcity.net/content/search.php?search=1&stadt_id=149
- Ilcartoon*. Recuperado el 20 de mayo de 2007, de <http://illegalcartoon.blogspot.com/2005/11/capitalism-stencil.html>
- Vomito Attack*. Recuperado el 20 de octubre de 2007, de <http://www.vomitoattack.org/stencil/12.php>

- Wikimedia Commons. Recuperado el 20 de mayo de 2007, de http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:Capitalism_graffiti_luebeck.jpg
- Figura 2. *BsAsStencil*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de <http://www.bsasstencil.com.ar/>
- Figura 3. *Vomito Attack*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de <http://www.vomitoattack.org/stencil/40.php>
- Figura 4. *Banksy*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de http://www.banksy.co.uk/outdoors/horizontal_1.htm
- Figura 7. *Bushit*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de http://atruckfullofflies.blogspot.com/2006_12_01_archive.html
- Figura 8. *Autor desconocido*. Fotografía encontrada en Internet.
- Figura 9. *Guerra Lage, María Cecilia*. Fotografía tomada en la zona céntrica de Buenos Aires, 2006.
- Figura 10. *Autor desconocido*. Fotografía de stencil encontrado en Popayán, Colombia.
- Figura 11. *Bs.As.Stncl*. Recuperado el 19 de agosto de 2006, de <http://www.bsasstencil.com.ar/>
- Figura 12. *Las calles son nuestras*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2023-2005-02-13.html>
- Figura 13. *Burzaco Stencil*. Recuperado el 20 de agosto de 2006, de <http://www.burzacostencil.com.ar/uba.htm>
- Figura 14. *Guerra Lage, María Cecilia*. Fotografía tomada en la zona céntrica de Buenos Aires, 2006.
- Figura 15. *Guerra Lage, María Cecilia*. Fotografía tomada en la zona céntrica de Buenos Aires, 2006.
- Figura 16. *Vomito Attack*. Recuperado el 15 de mayo de 2006, de <http://www.vomitoattack.org/stencil/40.php>

Referencia

María Cecilia Guerra Lage, “Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007)”, *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Manizales, Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales y el Cinde*, vol. 7, núm. 1, (enero-junio), 2009, pp. 355-374.

Se autoriza la reproducción del artículo, para fines no comerciales, citando la fuente y los créditos de los autores.
