

Proyecto de Graduación
Licenciatura en Crítica de Artes

Informe final

Florencia Wajsman

2014

Profesores: Nicolás Bermúdez- Silvina
Tatavitto

Índice

Componente 1

Tema y justificación de su elección.....	Pág. 3
Descomposición del tema en tópicos	Pág. 3

Componente 2

Situación del tema	Pág. 4
Formulación del problema	Pág. 6

Componente 3

Análisis del problema.....	Pág. 7
Corpus fotográfico.....	Pág. 8
Cuadro comparativo.....	Pág. 13
Conclusiones de la comparación.....	Pág. 18

Componente 4

Fuentes bibliográficas.....	Pág. 24
-----------------------------	---------

Componente 5

Plan de medios y escritura.....	Pág. 26
---------------------------------	---------

Componente 6

Plan de producción de piezas Críticas y/o de Difusión	Pág. 29
---	---------

Componente 1: Tema

1.1 Especificación sintética del tema:

Comparación de los distintos tipos de intervenciones en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires.

1.2 Justificación del interés en el fenómeno:

El espacio público se ha tornado un escenario en el que coexisten distintos tipos de manifestaciones visuales. Integradas al *street art* (ya establecido e incorporado al paisaje urbano), las intervenciones en la ciudad de Buenos Aires se multiplican permanentemente. Frases y dibujos con aerosol, *stencils*, afiches y pegatinas pueden encontrarse en las paredes y medios de transporte de los distintos barrios porteños. En torno a ellos se genera una doble postura, por un lado una suerte de celebración y motivación, pero al mismo tiempo, el repudio y rechazo por ciertos sectores de la sociedad que encuentran en ellos un afeamiento urbano. Partiendo de la idea de que su emergencia genera una ruptura estética, independientemente de su carácter o no de bello, se trabajará con expresiones que si bien en su mayoría no son asimiladas como experiencias artísticas, contienen una fuerte carga simbólica así como huellas estilísticas que permiten agruparlas y diferenciarlas entre sí. De esta forma, trazando una delimitación a partir de la instantaneidad como forma de producción, la ilegalidad y el ocultamiento de su creador, se llevará a cabo un análisis comparativo entre distintos estilos dentro del género haciendo un recorte a partir de cinco categorías: *taggs*, frases con aerosol, *stencils*, pegatinas y afiches.

1.3 Subdivisión del fenómeno en una serie de productos críticos:

- Ensayo periodístico: producción crítica pensada entorno a una publicación en un suplemento cultural como *Ñ*, *ADN* o *Radar*.
- Proyecto curatorial “Paredes: los nuevos museos”: muestra fotográfica sobre intervenciones en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires en la que se convoque a los ciudadanos a participar enviando sus registros.
- Proyecto editorial: libro fotográfico desarrollado a partir de un recorte barrial sobre las distintas intervenciones existentes en espacios públicos de la ciudad.
- Proyecto audiovisual: *tráiler* de un documental en el que se muestre el proceso de intervención en espacios públicos de uno o más artistas.

Componente 2: Situación del tema

2.1. Reseña de cómo ha sido estudiado el tema:

Existen diversas investigaciones y publicaciones de carácter académico sobre intervenciones en espacios públicos. Los aportes de Juan Cruz Groisman¹, Ángela López² y Claudia Kozak³ destacan por su trabajo en relación a la identidad, la cultura como forma de inclusión en la ciudadanía y las fronteras entre lo legal e ilegal. Estos ejes son planteados en torno al análisis de la forma y contenido de distintas intervenciones, generando una problematización en relación al espacio y su división en público y privado. Así mismo, a partir de una mirada historicista intentan brindar una suerte de genealogía rastreando sus inicios e influencias. Sin embargo, en todos los casos se trabaja a partir de grandes categorías, sin producir una delimitación minuciosa de la variedad de intervenciones existentes. De esta forma, a partir del *street art* como género establecido y consagrado, los *taggs*, frases con aerosol, *stencils*, pegatinas y afiches (cuando no se los excluye), son situados junto a otros fenómenos como el *graffiti* de gran elaboración o los murales. Incluso en las publicaciones de C. Kozak⁴ en donde se intenta clasificar y agrupar en categorías los *graffitis* de la ciudad de Buenos Aires, se incluye al *stencil* como una de sus variantes sin ser trabajado de forma individual. Ésto se repite en el tratamiento que los medios masivos de comunicación nacionales como *Clarín*, *La Nación*, *Página 12*⁵ y sus suplementos específicos sobre arte efectúan sobre el tema. Puede captarse la subordinación de cualquier tipo de intervención urbana a la categoría de *street art*, entendido como toda manifestación estética en espacio público⁶, siendo celebrado o repudiado según el enfoque desde el que la nota sea producida. Al mismo tiempo, la totalidad de los casos rastreados se construyen a partir de tres ejes: la frontera difusa entre vandalismo y arte, el lugar del arte urbano en el campo artístico y su posicionamiento en relación al mercado internacional, y el circuito turístico planteado en torno a las intervenciones en barrios como Palermo, Colegiales, Villa Crespo, San Telmo y San Cristóbal.

A partir de ésto, se ha buscado material específico de cada uno de los fenómenos que se trabajará. En el caso de los *taggs* y las frases con aerosol, existe una amplia variedad de ensayos y publicaciones a nivel mundial. Pese a que siempre están enmarcados en el estudio y análisis del *graffiti* como categoría general, trabajos como el de Cynthia Gabbay⁷, Craig Castleman⁸, Leila Gándara⁹ y Gustavo Lassala¹⁰ brindan una visión

¹ Groisman, J. C. (2007) *La Comunicación Gráfica Pública Marginal. Documentación y análisis de Graffitis, Stencils y Afiches en la Ciudad de Mendoza*. Tesina de Grado, Universidad Nacional de Cuyo.

² López, A. (2010) Artículo *El arte de la calle*.

³ Kozak, C. (2004) *Contra la pared: sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas

⁴ Kozak, C. (2006) Artículo *No me resigno a ser pared*.

⁵ Smith, R. (2010, Diciembre 18) *Graffiti y arte callejero, una movida que crece en los muros porteños*. Diario Clarín; Chatruc, C. (2001, Marzo 04) *Street art*. Diario La Nación; Urquiza, M. (2001, diciembre 13) *Los diseñadores quieren hacer de la ciudad un laboratorio*, Suplemento joven. Diario Pagina 12; Buquete, I. (2002, Enero 20) *Los graffitis volvieron a divertir, sorprender y enojar a los porteños*. Diario La Nación; Fernández Irusta, D. (2010, Junio 06) *Revolución Street art*. Diario La nación; *El abecé del Street Art*. (2012, Febrero 19). Diario Página 12; Romero, M. J. (2012, Abril 07) *El arte callejero, nuevo imán de la ciudad para atraer turistas*. Diario Clarín.

⁶ Wiñazki V. y Falduto F. (2008, Agosto 01) *El arte de pintar paredes es tendencia en Buenos Aires*. Diario Perfil.

⁷ Gabbay, C. (2013) *El fenómeno post graffiti en Buenos Aires*. Art. Aisthesis no.54 Santiago

⁸ Castleman, C. (1982) *Getting up*.

⁹ Gándara, L. (2002) *Graffiti*. Buenos Aires, Eudeba,

¹⁰ Lassala, G. (2010) *Pichação não é pixação. Uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas*, São Paulo.

diferenciada dentro del género, aportando mediante la aplicación de herramientas semióticas un rastreo de sus orígenes y su influencia en el contexto socio-político. Por su parte, el libro *1000 graffitis*¹¹ presenta el fenómeno a partir de casos fotográficos, al igual que en *1000 stencils y Hasta la victoria, stencil!*¹², en donde si bien hay un trabajo literario, primordialmente se brinda una aproximación al fenómeno a partir de imágenes fotográficas. Por su parte, Ruiz Stull y Danilo Guerrero¹³, disociándolo del *graffiti* por su realización serial, intentan brindar un análisis formal de los modos de producción y circulación del *stencil*. En la misma dirección Guerra Lage¹⁴ postula la proliferación de este tipo de imágenes en los espacios urbanos como un aspecto cultural del proceso general de globalización, vinculando su producción y circulación con el uso de internet, señalando al mismo tiempo la ruptura con la hegemonía de los medios de comunicación y el esquema político formal que la práctica trae emparentada.

En relación a los afiches y pegatinas denominados como arte de guerrilla, el material de análisis existente está ligado a su uso publicitario. Esto puede captarse en el artículo de Julián Bravo¹⁵, así como en el Lucas Gavin y Michael Dorrian¹⁶. Sin embargo, no se ha encontrado material de análisis específico sobre ellos. Parece un fenómeno abandonado, dejado de lado, o subordinado a las categorías expuestas previamente. Este vacío en relación a su estudio es compensado por sitios web en los que se puede encontrar información de artistas que ejecutan estas técnicas, así como imágenes de distintos espacios intervenidos. Son destacables el blog *2.0 pegatinas*¹⁷ y la página de Ygor Marotta *Mais amor por favor*¹⁸ en donde se brinda información sobre la producción y circulación de los afiches paulistas que actualmente pueden encontrarse en Buenos Aires. Otras páginas web como <http://www.streetartutopia.com>; <http://www.arteycallejero.com>; <http://www.losmurosnohablan.cl/portal>; <http://www.streetartmap.com.ar/> también presentan afiches y pegatinas, pero en conjunto con el resto de fenómenos que conforman el *street art*. En ellas pueden encontrarse archivos fotográficos, mapas trazados a partir de intervenciones en los distintos barrios, galerías, notas y ensayos de actualidad sobre el tema. Así mismo, Google lanzó durante las últimas semanas un espacio en su plataforma para subir imágenes de *street art*, situándolas en un mapa planisferio que el usuario puede recorrer ingresando en <https://streetart.withgoogle.com/es/#map-the-walls>.

También existen producciones audiovisuales que tematizan las intervenciones en espacios públicos: *Exit through the gift shop* (2010) en donde se trabaja puntualmente a partir de Banksy y Mr Brainwash; *Pixo* (J. Wayne, 2008) que brinda un panorama sobre la pixação paulista; *Bomb It, the movie graffiti documentary* (J. Reiss, 2008) y *Style Wars* (T. Silver, 1982) presentan las ciudades más influyentes en el desarrollo del *street art* como Nueva York, Sao Paulo, Ámsterdam y Berlín; mientras que *Paredes que hablan* (2010) producido por I-sat, así como *Street art* (2011, 6 capítulos) de Canal (á) incluyen la visión del fenómeno puntualmente en América latina.

¹¹ Puig, R. (2005) *1000 Graffitis*. Barcelona

¹² Indij, G. (2004) *Hasta la victoria, stencil!*. La Marca.

¹³ Ruiz Stull, M. (2008) Stencil, espacio, mostración: esbozo para una estética cínica. *Alpha (Osorno)*, (27), 93-105- D Guerrero. *Stencil Art. CBN: revista de estética y arte contemporáneo*, 2008, no 1, p. 36-47.

¹⁴ Guerra Lage, M. C. (2011) *Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires* (2000-2007) *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1).

¹⁵ Bravo, J. (2008) *Guerrillas publicitarias (y arte en la calle)*. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (77), 9-11.

¹⁶ Dorrian, M. y Lucas, G. (2006) *Publicidad de guerrilla. Otras formas de comunicar*. Buenos aires, Universidad de Palermo.

¹⁷ <http://blog.educastur.es/potachov/2007/03/20/arte-urbano-20-pegatinas/>

¹⁸ <http://ygormarotta.com/mais-amor-por-favor>

Por último, en la escena porteña pueden encontrarse galerías que trabajan específicamente con *street art*. Entre ellas destacan *Hollywood in cambodia*, *Post bar*, que contiene una exposición permanente conformada por más de 1800 *stencils*, y *Galería Unión*.

2.2. Formulación del problema:

La mayoría de las investigaciones y publicaciones de carácter académico, así como aquellas propias del ámbito periodístico, trabajan las intervenciones como parte del *street art*. Esto implica que los *taggs*, frases con aerosol, *stencils*, pegatinas y afiches son situados en una macro categoría junto a otros fenómenos como el *graffiti* de elaboración o los murales, que no son incluidos dentro de la investigación por no responder a la delimitación trazada a partir de la instantaneidad en su producción, la ilegalidad y ocultamiento de la figura de su creador. A partir de esto, puede postularse la inexistencia de análisis comparativo de intervenciones en espacios públicos, entendido como consecuencia de la falta de delimitación de la variedad de formas existentes, así como por la subordinación de algunas de ellas (como las pegatinas y afiches) a la categoría de *street art*.

Componente 3: Análisis del problema

3.1 A partir de un corpus conformado por imágenes fotográficas se realizará una comparación entre *taggs*, frases con aerosol, *stencils*, afiches, pegatinas, *graffitis* de gran elaboración y murales de la ciudad de Buenos Aires. Los últimos dos tipos de intervenciones en espacios públicos, pese a no formar parte de la investigación, serán incluidos para enriquecer el trabajo comparativo.

Se utilizarán las siguientes variables:

- Materialidad/ soportes: qué materiales son puestos en funcionamiento en el proceso de producción.
- Palabra/imagen: determinación a partir del rol dominante que ocupe el texto y/o la imagen en la intervención.
- Técnica: materialidades y soportes puestos en juego, clasificación por técnica.
- Enunciador: rastreo si es que existiera de una marca de identificación de colectivo, agrupación o individuo ejecutante.
- Situación enunciativa: qué tipo de escena enunciativa se construye a partir de la intervención.
- Locaciones geográficas: delimitación por barrios.
- Locaciones en espacio público: separación en paredes de viviendas particulares, paredes de establecimientos públicos (escuelas, hospitales, estaciones de transporte) y medios de transporte.

CORPUS FOTOGRÁFICO

TAGGS

Caso 1



Caso 2



Caso



Caso



FRASES CON AEROSOL

Caso 1



Caso 2



Caso 3



Caso 4



STENCILS

Caso 1



Caso 2



Caso 3



Caso 4



AFICHE
AFICHES

Caso 1



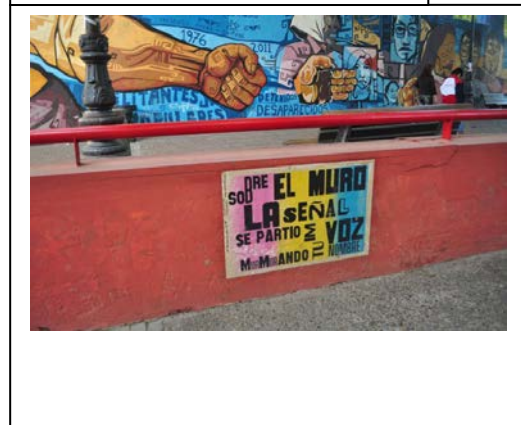
Caso 2



Caso 3



Caso 4

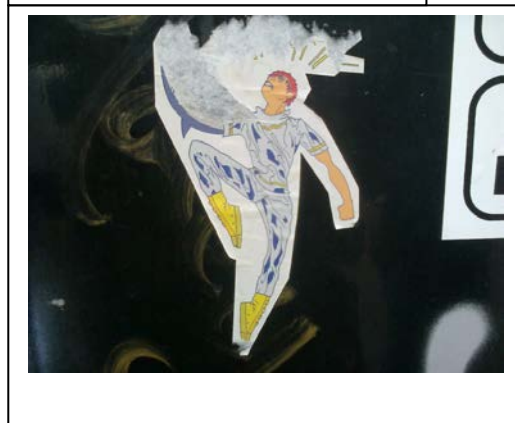


PEGATINAS

CASO 1



CASO 2



CASO 3



CASO 4



GRAFFITIS

CASO 1



CASO 1



CASO 3



CASO 4



MURALES

CASO 1



CASO 2



CASO 3



CASO 4



INTERVENCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS		STENCILS				AFICHES			
		CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4
RETÓRICO	TÉCNICA	Manual- Instantáneo + Trabajo previo: dibujo /calcado sobre plantilla. Monocromático: negro	Manual- Instantáneo+ Trabajo previo: dibujo /calcado sobre plantilla. Monocromático: negro	Manual- Instantáneo+ Trabajo previo: dibujo /calcado sobre plantilla. policromático: negro y blanco con sombreado	Manual- Instantáneo+ Trabajo previo: dibujo /calcado sobre plantilla. Policromático + yuxtaposición	Producción previa: Diseño+ serigrafía. Pegado: manual e instantáneo	Producción previa: Diseño+ serigrafía. Pegado: manual e instantáneo	Producción previa: Diseño+ serigrafía. Pegado: manual e instantáneo	Producción previa: Diseño+ serigrafía. Pegado: manual e instantáneo
	MATERIALIDAD/ SOPORTE	Plantilla + Aerosol/ rotulador Sobre pared	Plantilla + Aerosol/ rotulador Sobre pared	Plantilla + Aerosol/ acrílico Sobre pared	Plantilla + Aerosol/ acrílico Sobre pared	Papel afiche	Papel afiche. Recorte por contorno	Papel de diario	Papel afiche
	PALABRA- IMAGEN	Imagen	Mixta: palabra e imagen en igualdad	Imagen	Imagen	Mixta: palabra e imagen en igualdad	Imagen	Imagen	Palabra
ENUNCIATIVO	ENUNCIADOR	Anónimo	Anónimo	Anónimo	Anónimo	Huella identitaria: dirección de email del artista	Anónimo	Firma del artista	Anónimo
	SITUACIÓN ENUNCIATIVA	Construcción irónica/satírica tematizando al arte	Construcción irónica/satírica de identificación política	Construcción irónica/satírica tematizando al arte	Enunciación planteada a partir del espacio arquitectónico y la yuxtaposición	El artista pone su rostro en el afiche haciéndose cargo del mensaje en el globo de diálogo simulando cierta simetría	Construcción a partir de del espacio arquitectónico y la altura	Juego enunciativo entre el soporte (diario internacional) y las figuras caricaturescas	Construcción poética, juego con el lenguaje y las formas. Relación dadaísmo
	ESPACIO PUBLICO	Pared de vivienda tapiada	Pared de vivienda particular	Pared de vivienda tapiada	Pared de vivienda particular	Cartel publicitario vía pública	Pared de vivienda particular	Pared de vivienda particular	Pared plazoleta pública
	LOCACIÓN	Palermo	Colegiales	Balvanera	San Telmo	Villa Crespo	Palermo	Palermo	Constitución

INTERVENCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS		GRAFFITIS				MURALES			
		CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4	CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4
RETÓRICO	TÉCNICA	Manual- Instantáneo. Policromático: verde y amarillo con contornos negros	Manual- instantáneo. Policromático: verde, rojo y negro. Sombreado	Manual-Instantáneo. Policromático: celeste y blanco con contornos	Manual- instantáneo Policromático + sombreado sobre base negra.	Pintura manual. Ruptura con instantaneidad. policromática	Pintura manual. Ruptura con instantaneidad. policromática	Pintura manual. Ruptura con instantaneidad. policromática	Pintura manual. Ruptura con instantaneidad. policromática Yuxtaposición con otras intervenciones
	MATERIALIDAD/S OPORTE	Aerosol/ rotulador/ brocha/rodillo sobre pared	Aerosol/ rotulador/ brocha/rodillo sobre vagón	Brocha/rodillo sobre pared	Aerosol/ rotulador Brocha/rodillo sobre pared	Aerosol/ rotulador Brocha/rodillo sobre pared	Rotulador/ Brocha/rodillo sobre pared	Pincel /brocha/ rodillo sobre pared	Aerosol/ rotulador/ brocha/ rodillo sobre pared
	PALABRA- IMAGEN	Utilización de la palabra que deviene en imagen	Utilización de la palabra que deviene en imagen	Mixto: palabra por sobre imagen. Utilización ícono político	Utilización de la palabra que deviene en imagen	Imagen	Imagen	Imagen	Imagen
ENUNCIATIVO	ENUNCIADOR	Se evidencia a través de su firma	Se evidencia a través de su firma	Huella identitaria: Agrupación política	Se evidencia a través de su firma	Firma de autor: Jaz	Firma autor: PumPum	Firma autor: Sam	Firma de autor: Gualicho
	SITUACIÓN ENUNCIATIVA	Gesto de apropiación ilegal del espacio público. Huella, firma como registro de identidad.	Gesto de apropiación espacio público. Huella, firma como registro de identidad.	Construcción identitaria política (La Cámpora) Utilización simbología peronista y colores de la bandera nacional	Gesto de apropiación ilegal del espacio público. Huella, firma como registro de identidad.	Apropiación consensuada: firma. Construcción irónica: yuxtaposición de figuras humanas e inanimadas	Apropiación consensuada del espacio público manifestado en la firma. Construcción a partir de la arquitectura	Apropiación consensuada del espacio público manifestado en la firma. Construcción a partir de la arquitectura	Apropiación consensuada manifiesto en la firma. Se respeta la arquitectura abarcando la totalidad del espacio planteando un juego entre espacio y formas
	ESPACIO PUBLICO	Pared baldío	Vagón Línea Sarmiento: estación Caballito	Pared fábrica tapiada	Cortina taller mecánico	Pared galpón	Pared vivienda particular	Pared de vivienda abandonada	Paredes centro cultural
	LOCACIÓN	Colegiales	Caballito	Núñez	Caballito	Villa Crespo	San Telmo	Colegiales	Colegiales

INTERVENCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS		TAGGS				FRASES CON AEROSOL			
		CASO 3	CASO 4	CASO 3	CASO 4	CASO 3	CASO 4	CASO 3	CASO 4
RETÓRICO	TÉCNICA	Manual- instantáneo Monocromático: naranja Tipografía específica, no decodificable	Manual- instantáneo Monocromático negro Tipografía similar pixação	Manual- instantáneo Monocromático: negro Tipografía cursiva	Manual- instantáneo Policromático: violeta-gris. Tipografía imprenta legible	Manual- instantáneo Monocromático: rojo Tipografía: imprenta	Manual- instantáneo Monocromático: verde Tipografía: cursiva	Manual- instantáneo Monocromático: negro Tipografía: cursiva	Manual- instantáneo Monocromático: negro Tipografía: imprenta
	MATERIALIDAD/S OPORTO	Aerosol- rotulador Sobre pared	Aerosol- rotulador Sobre pared	Aerosol- rotulador Sobre pared	Escrito con aerosol-rotulador sobre previa en pared	Aerosol- rotulador Sobre pared	Aerosol- rotulador Sobre pared	Fibrón sobre pared	Aerosol- rotulador Sobre pared
	PALABRA- IMAGEN	Palabra que toma estatuto de imagen	Palabra que toma estatuto de imagen	Mixto: igualdad palabra que toma estatuto de imagen + Acompañamiento pictórico: corazón- clave de sol	Palabra que toma estatuto de imagen	Palabra por sobre imagen+ acompañamiento pictórico: escudo de fútbol	Palabra	Palabra por sobre imagen. Acompañamiento pictórico: formas geométricas	Palabra por sobre imagen. Acompañamiento pictórico: corazón.
ENUNCIATIVO	ENUNCIADOR	Se evidencia a través de su firma	Se evidencia a través de su firma	Se evidencia a través de su firma	Se evidencia a través de su firma	Anónimo, enmarcado en grupo de pertenencia: cuadro de fútbol	Anónimo	Anónimo	Anónimo
	SITUACIÓN ENUNCIATIVA	Afirmación identitaria por la utilización de firma. Huella registro de autoría	Afirmación identitaria por la utilización de firma. Huella registro de autoría	Afirmación identitaria por la utilización de firma. Huella registro de autoría	Afirmación identitaria por la utilización de firma. Huella registro de autoría	Construcción de identificación colectiva: equipo de fútbol	Construcción poética a partir del emplazamiento en el espacio arquitectónico	Construcción poética a partir de tema musical de Spinetta. Identificación colectiva: rock nacional.	Construcción de identificación colectiva: lo nacional/popular
	ESPACIO PÚBLICO	Pared de vivienda particular	Pared de un banco estatal	Pared de vivienda particular	Pared de vivienda particular	Pared cancha Argentinos Jrs.	Pared de vivienda particular	Baño universidad de Filosofía y Letras	Pared de vivienda particular
	LOCACIÓN	Palermo	Congreso	Almagro	Palermo	Paternal	Palermo	Caballito	Colegiales

INTERVENCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS		PEGATINAS			
		CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 4
RETÓRICO	TÉCNICA	Producción previa: diseño gráfico+ impresión. Pegado: manual e instantáneo. Policromático: verde y rojo	Producción previa: diseño gráfico+ impresión. Pegado: manual e instantáneo. Policromático	Producción previa: diseño gráfico + impresión. Pegado: manual e instantáneo. Blanco y negro	Producción previa: diseño gráfico+ impresión. Pegado: manual e instantáneo. Policromático
	MATERIALIDAD/SOPORTE	Papel adhesivo. Recorte por contornos	Papel adhesivo. Recorte por contornos	Papel adhesivo	Papel adhesivo Recorte por contornos
	PALABRA-IMAGEN	Mixta: palabra e imagen en igualdad. Acompañamiento pictórico: flechas	Imagen	Imagen	Imagen
ENUNCIATIVO	ENUNCIADOR	Anónimo pero identificable como parte del establecimiento	Anónimo	Firma del artista: no decodificable	Firma del artista: Maia
	SITUACIÓN ENUNCIATIVA	Se interpela al transeúnte a ingresar. Se ataca a la indiferencia del pasante de forma explícita	Superposición con otro tipo de intervenciones. Bordes quebrados	Superposición con otro tipo de intervenciones. Bordes quebrados	Superposición con otro tipo de intervenciones
	ESPACIO PÚBLICO	Vereda local	Pared vivienda particular	Pared vivienda particular	Pared vivienda particular
	LOCACIÓN	Palermo	Palermo	Almagro	Palermo

Explicación del cuadro comparativo

Taggs

Los *taggs* son firmas efectuadas de forma manual e instantánea. Suelen ser monocromáticos, aunque también existen ejemplares policromáticos a partir de la combinación de dos colores, la inclusión de algún elemento pictórico, o la ejecución del *reverse*¹⁹ sobre un fondo pintado previamente. La tipografía implementada se caracteriza por ser indecodificable para aquel que no forma parte de la práctica. Sin embargo, cada firma responde a un pseudónimo de reconocimiento colectivo entre los *taggers* que, a su vez, puede ser identificado con distintas corrientes como la del metro neoyorquino, o la *pixação* paulista. Aun así, existe una minoría de casos en los que se utiliza letra imprenta o cursiva; en ellos la dificultad de traducción no está dada por la tipografía, si no a partir de la construcción lingüística.

La técnica involucra el uso de aerosoles y rotuladores alternando picos para modificar el espesor, aunque también es llevada a cabo a partir de otro tipo de materiales como pintura de balde, fibrones o marcadores indelebles. Su construcción está dada a partir de la utilización del lenguaje, pero en la totalidad de los casos el uso de la palabra queda subordinado a la conformación de un símbolo, cobrando de esta forma estatuto de imagen. Por otro lado, existen dos tipos de *taggs* a partir de la relación existente entre palabra e imagen: aquellos que, como se acaba de explicitar, se configuran en tanto imagen/símbolo a partir del uso de la palabra, y aquellos en los que se incluye la presencia de algún elemento reconocible en términos pictóricos ensamblado a la tipografía.

En la construcción enunciativa de este tipo de intervenciones se produce necesariamente una afirmación identitaria. Esto es trazado a partir de la ejecución de la firma que, a su vez, funciona como una huella o evidenciación del enunciador.

Si bien su origen está enmarcado en los subtes neoyorkinos y durante mucho tiempo se continuó mundialmente el legado siendo los medios de transportes el *point*²⁰ de preferencia de los *taggers*, resulta dificultoso trazar una delimitación espacial para este tipo de intervenciones. Esto se debe a que la técnica, al estar caracterizada por la instantaneidad y el uso de materiales de fácil movilidad, permite su ejecución en la totalidad del espacio público. Por lo tanto, puede encontrarse *taggs* en muros de viviendas particulares, paredes de instituciones como bancos, colegios, u hospitales, pero también en espacios interiores como baños o medios de transporte.

Frases con aerosol

La técnica que involucra está determinada a partir de la instantaneidad y la ejecución manual de aerosoles, rotuladores, fibrones o cualquier elemento que permita escribir o tallar. Aunque existen excepciones, se caracterizan por ser monocromáticas. También es común encontrar casos de yuxtaposición, en donde la diferenciación de cada intervención es justamente detectable a partir del color y la tipografía implementada.

¹⁹ Se denomina *reverse* a una técnica de *graffiti* que se realiza a partir de la sustracción de polvo o pintura del soporte intervenido.

²⁰ *Point*: nombre con el que designan los *taggers* los lugares a intervenir.

Distanciándose de los *taggs* o *graffitis*, el foco está puesto en la legibilidad. Es por eso que, si bien las tipografías pueden variar entre imprenta o cursiva, siempre permiten la decodificación del texto ya que su principal función es la explicitación de un mensaje. De esta forma, en la relación palabra- imagen puede captarse el predominio del lenguaje. Aún así, muchos casos cuentan con el acompañamiento de un pictograma u otro tipo de símbolo, aunque éste queda necesariamente subordinado.

Las situaciones enunciativas que se generan a partir de las frases con aerosoles varían de acuerdo a la escena y el mensaje. No obstante, puede captarse el predominio de dos categorías: las construcciones individuales y las de identificación colectiva. Dentro del segundo tipo existe una serie de motivos que se repiten: lo nacional y popular, el rock, equipos de fútbol, y corrientes políticas o sociales como el feminismo. En ambos casos puede incluirse una huella enunciativa a partir de la una firma constituida por un nombre, apodo o grupo de pertenencia como partidos políticos, bandas de rock, o equipos de fútbol. Aún así, la identidad real del ejecutante, al igual que aquellos en los que no hay firma alguna, permanece oculta.

Las locaciones en las que predominan este tipo de intervenciones varían entre espacios interiores y exteriores. A su vez, esta distinción espacial tiene incidencia en el tamaño. Los muros de la ciudad son un muestrario de frases que por lo general destacan en tamaño y variedad de colores. Sin embargo, los baños en espacios públicos según registros históricos fueron los primeros lugares en donde comenzó esta práctica, continuando hasta el día de hoy.

Graffiti

Dentro de los *graffitis* coexiste una variedad de estilos²¹ que involucran distintos materiales; mientras que en algunos casos se trabaja la pintura de impresión con brochas y rodillo, en otros se usa aerosol directamente desde el *spray* variando las boquillas, *caps*, o difusores. Hay ejemplares monocromáticos y policromáticos. En algunos casos se implementa el contorneado y juego de sombreados y, aunque en Argentina la técnica aún no se ha desarrollado, existe una variedad llamada *graffiti* inverso en el que se trabaja sobre paredes extrayendo suciedad por medio de la utilización de los dedos o un trapo con diluyente.

De igual forma que los *taggs* o frases con aerosol, éste tipo de intervenciones son realizadas de forma manual. Sin embargo, su tiempo de producción excede la instantaneidad y su emplazamiento involucra superficies mayores que los casos anteriores. En este sentido, los *graffitis* mantienen una proximidad con los murales que es potenciada por la preponderancia de lo pictórico. Si bien el *graffiti* tradicional se trata de una escritura que adquiere – al igual que los *taggs*- el estatuto de imagen, el acompañamiento visual es tan fuerte que lo lleva al límite con el mural.

La situación enunciativa que se plantea entorno a los *graffitis* está siempre vinculada con la apropiación del espacio. Inicialmente la ilegalidad era una característica inherente a la práctica, pero con su popularización y posterior aceptación social comenzaron a cederse espacios públicos para su desarrollo. A partir de ello se generó una ruptura entre

²¹ Estilos de *graffitis* más destacados: *Bubble letters/ Throu ups/Block letters/ Wild style /Model Pastel/ Dirty/ Graffiti orgánico.*

el tipo ilegal y consensuado²². El primero trae emparentado un alejamiento con los murales, aproximándose a los *taggs* y la opacidad del enunciador que los caracteriza. Por su parte, aquellos en los que el espacio intervenido ha sido cedido destacan por presentar una firma que permita identificar a su ejecutador, asemejándose nuevamente con los murales.

Murales

Los murales están determinados por su soporte; esto implica que su tamaño varía de acuerdo a al espacio en el que son realizados. Al igual que los *graffitis*, difieren del resto de las intervenciones por romper con la instantaneidad, pero también con la ilegalidad. Esto se debe a que su tiempo de ejecución y el espacio que involucra implica necesariamente un consenso previo. Para su desarrollo puede hacerse uso de distintas técnicas ligadas a la pintura, utilizando materiales propios de las artes visuales como pinceles, brochas, rodillos, rotuladores aerosoles y pinturas de lata. Si bien existen exponentes en los que se hace uso de un solo color alternando con la superficie y el juego por contraste, se trata de excepciones ya que la mayoría son policromáticos.

Se caracterizan por el protagonismo de la imagen por sobre la palabra. Incluso, la mayoría carece de acompañamiento textual y, aquellos en los que es incorporado, presentan una relación asimétrica en favor de lo pictórico.

La escena enunciativa que se crea entorno a los murales difiere a partir de sus características del resto de las intervenciones trabajadas. La apropiación consensuada del espacio se manifiesta en la existencia de muralistas consagrados en el *street art*, y se traduce en la firma de autoría en sus obras. Esto repercute en la relación con el espacio, ya que al ser cedido habilita una mayor expansión y un mejor aprovechamiento en términos artísticos.

De todas las intervenciones presentadas, los murales son el único caso en el que existe una limitación: sin importar si es externo o interno, para que haya un mural, necesariamente debe haber un muro o pared.

Stencils

Los *stencils* son realizados a partir de la selección de una superficie sobre la que se coloca una plantilla, aplicando posteriormente sobre ella aerosol (aunque también puede ser otro tipo de pintura). Si bien su ejecución es manual e instantánea, la técnica trae emparentada una instancia previa en la que se lleva a cabo la producción de la plantilla. Esto implica una doble ruptura con el resto de intervenciones: por un lado la posibilidad de crear diseños a partir de la circulación y viralización de imágenes y la múltiple combinación de ellas, pero al mismo tiempo, la capacidad de ser reutilizada para crear una serie.

Existen variedades de *stencils* a partir del color: pueden ser monocromáticos, policromáticos y en algunos casos hasta incluir la ilusión óptica de sombreado. En relación al uso del lenguaje y lo pictórico existen tres tipos: casos combinados en los

²² Un ejemplo de *graffiti* consensuado es el político, reconocible como las pintadas en blanco, celeste u otro color de los partidos. A su vez, este tipo rompe con la relación entre imagen y palabra postulada, ya que al estar el eje en el mensaje, lo icónico queda subordinado a la palabra, al mismo tiempo que la letra no presenta dificultad para ser decodificada.

que hay una igualdad de relevancia entre los dos componentes, otros en donde solo uno se manifiesta, y aquellos en los que un componente queda subordinado al otro.

Delimitar las situaciones enunciativas que se genera en torno a los *stencils* resulta imposible, ya que éstas varían de acuerdo al espacio en el que son desarrollados y la relación entre palabra e imagen que presentan. Muchos de los casos que pueden encontrarse en la ciudad de Buenos Aires están planteados a partir de la construcción irónica de discursos políticos o artísticos. Pero también existen otros ligados a la comunicación publicitaria de films, obras, bandas de rock o partidos políticos. Es por ello que el enunciador puede ser completamente anónimo, pero también ser identificado a partir de marcas explicitadas como parte de un colectivo. También es complejo encuadrar este tipo de intervenciones en espacios públicos determinados, ya que es una técnica que permite su realización tanto en muros, señales de tránsito, trasportes espacios interiores.

Afiches

Pese a su ejecución manual e instantánea, la técnica trae emparentada una instancia previa de producción que la asemeja a los *stencils* y pegatinas. Si bien en todos los casos se utiliza papel (existiendo variedad de texturas, colores y tamaños) y pegamento para el montaje final, el tipo de trabajo efectuado sobre el soporte puede variar: algunos son configurados a partir del diseño gráfico o la serigrafía y su posterior impresión, mientras que otros son intervenidos manualmente. Así como las primeras formas introducen la posibilidad de la seriación y multidifusión y una conexión entre *Street art* y tecnología, el último caso, al tratarse de una técnica manual, implica la producción de piezas únicas.

Pueden encontrarse ejemplos conformados únicamente a partir de contenido lingüístico, otros en los que solo se presentan contenido pictórico, pero también casos mixtos en los que ambos componentes se presentan en simetría o bajo el dominio de uno de ellos. Por otro lado, también es posible hacer una distinción a partir de la forma: mientras que en algunos se recorta el contorno de la imagen plasmada, otros que mantienen perceptible el soporte cuadrado de papel. Estas dos variables (relación palabra-imagen y forma) cobran relevancia en función a la situación enunciativa que se plantea en torno al espacio, ya que muchas veces se produce un juego entre el afiche (particularmente en los casos de contorneo) y el lugar en el que es colocado buscando como efecto la interpelación a los transeúntes.

Este estilo de intervención se caracteriza por presentar marcas de enunciación a partir de la inclusión de un nombre de colectivo artístico, dirección de email, o Facebook. Pero también existen casos que carecen de marcas o huellas que permitan identificar su creador.

En relación a los espacios en los que son emplazados, además de incluir aquellos citados previamente en el resto de estilos, los afiches presentan una peculiaridad que es su intervención sobre afiches publicitarios. De esta forma, la relación espacial está determinada a partir de una fuerte decisión enunciativa en la que se satiriza a la publicidad, no solo haciendo uso de la misma técnica y soporte, sino incluso interviniendo por sobre ella.

Pegatinas

Al igual que los afiches, independientemente de que su ejecución sea manual e instantánea, la técnica pone en juego una instancia previa de trabajo digital y su posterior impresión en papel autoadhesivo. Esto permite crear de forma serial y utilizar de diseños preexistentes.

El tipo de relación entre palabra e imagen varía; existen casos en los que no hay acompañamiento textual y otros en los que lo icónico es reforzado a partir de su inclusión, aunque por lo general hay un predominio de la imagen por sobre la palabra. Por otro lado, si bien hay casos en los que se utiliza el fondo blanco y el uso de un solo color, la mayor parte de las pegatinas son construidas a partir de la policromía.

La situación enunciativa que se plantea depende de cada caso; sin embargo, predominan las interpelaciones a los transeúntes y la yuxtaposición con otro tipo de intervenciones. Si bien pueden presentar huellas en la enunciación, tienden a carecer de marcas que permitan reconocer su creador. Además de poder encontrarse en señales de tránsito, tapas de la luz o gas y medios de transporte, también se manifiestan en espacios interiores como baños de universidades o bares.

Conclusión

Cómo se ha señalado al inicio, cada tipo de intervención trabajada es enmarcada en la categoría de *street art*; ésto implica la existencia de una serie de características comunes a las que cada una de ellas responde. A partir del cuadro comparativo pueden captarse variables de aproximación que justifican su trabajo en conjunto, pero también ejes de ruptura.

En relación a las técnicas involucradas, en todos los casos hay una producción manual. Sin embargo, los *stencils*, pegatinas y afiches implican una instancia previa en la que se ponen en juego distintos dispositivos, al mismo tiempo que habilitan la realización serial. A su vez, tanto los murales como los *graffitis* rompen con la instantaneidad que caracteriza al resto de intervenciones.

Desde la materialidad puesta en juego en cada tipo de intervención se puede trazar una división en dos tipos: aquellos que hacen uso de aerosoles, rotuladores, fibrones y pintura de lata, y las pegatinas y afiches que se diferencian por introducir al papel como soporte (aunque entre ellos se diferencie el tipo implementado).

El uso que se le da a los colores no permite plantear una diferenciación, pero la relación entre palabra e imagen se torna central: las frases con aerosol presentan una supremacía de la palabra por sobre la imagen, que incluso, puede estar ausente. Los murales, *taggs* y *graffitis* privilegian la imagen, mientras que en el caso de las pegatinas, afiches y *stencils* existen ejemplares en los que un componente queda subordinado, otros en los que hay equidad y casos en los que solo uno se manifiesta.

Si bien la escena enunciativa que se plantea varía de acuerdo a cada tipo de intervención y a cada caso en particular, es posible destacar la relación entre los *taggs*,

*graffitis*²³, *stencils*, pegatinas, afiches y frases con aerosol en las que hay una afirmación identitaria o construcción colectiva de identificación a partir de la apropiación ilegal, mientras que los murales son enmarcados en espacios en los que existe cierto consenso. Esto se traduce en las marcas enunciativas que permiten acceder a la figura de su creador, ya que suelen estar firmados por nombres de artistas que son en cierta medida reconocidos y legitimados, diferenciándose del resto en los que el enunciador queda oculto aunque incluya, en algunos ejemplares, huellas, marcas, o nombres propios.

Cada estilo presenta tendencias²⁴ en relación a su ubicación²⁵; Aún así, mientras los murales necesariamente involucran la existencia de una pared como soporte, el resto se manifiesta en distintos espacios, tanto en interiores como exteriores. A partir de esto, puede decirse que la única variable que permite unificar los siete tipos de intervenciones bajo la categoría de *street art* es la ubicación en el espacio público.

²³ Los *graffitis* y los *taggs* presentan cierta complejidad, ya que las firmas y pseudónimos son reconocibles solo para aquel que forme parte del movimiento, quedando por lo tanto oculto. Por otro lado, algunos *graffitis* también cuentan con un respaldo legal.

²⁴ Por ejemplo, las pegatinas se caracterizan por estar en señales de tránsito, así como los *taggs* en medios de transporte, los afiches sobre carteles publicitarios y los *graffitis* y murales en muros.

²⁵ La variable "locación" ha sido presentada en el cuadro comparativo reafirmando el circuito planteado entorno a los barrios de Palermo, Colegiales, Villa Crespo, San Telmo y San Cristóbal.

Componente 4: Fuentes.

4.1 Fuentes bibliográficas empleadas

Libros y artículos académicos

- Bravo, J.** (2008). *Guerrillas publicitarias (y arte en la calle)*. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, (77), 9-11. España. Versión online disponible en: <http://www.revistasculturales.com/revistas/28/telos-cuadernos-de-comunicacion-e-innovacion/num/77/>
- Castleman, C.** (1982) *Getting up subway graffiti in New York*. España: Editorial Hermann Blume.
- Dorrian, M. & Lucas, G.** (2006). *Publicidad de guerrilla. Otras formas de comunicar*. Chile: Editorial Parramón.
- Gándara, L.** (2002) *Graffiti*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ganz, N.** (2004) *Graffiti.: Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Guerra Lage, M. C.** (2011) *Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007)*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1). Versión online disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/773/77307114.pdf>
- Guerrero, D.** (2008) Artículo revista *CBN: revista de estética y arte contemporáneo*, no 1, p. 36-47. Versión online disponible en: <http://s.m2pub.com/player.html?a=22041166&context=c22551144&size=800x600&rt>
- Groisman, J. C.** (2007) *La Comunicación Gráfica Pública Marginal. Documentación y análisis de Graffitis, Stencils y Afiches en la Ciudad de Mendoza*. Tesina de Grado en la Universidad Nacional de Cuyo. Versión online disponible en http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2802/tesis-jcgroisman.pdf
- Goikoetxea, E.** (1998). *La comunicación mural: análisis de contenido de graffiti universitarios*. *Revista de Psicología Social*, 13(1), 55-66. Universidad de La Rioja. Versión online disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=111855>.
- Indij, G.** (2004) *Hasta la victoria, stencil!* Buenos Aires: La Marca Editora.
- Indij, G.** (2007) *1000 stencils* Buenos Aires: La Marca Editora.
- Jiménez, J. & Donas, S.** (1997). *Ciudad en graffitis*. Buena Aires, Quilmes: Editorial de La Universidad Nacional (Euna)
- Kozak, C.** (2004) *Contra la pared: sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Kozak, C.** (2006) *No me resigno a ser pared* artículo *Revista Artefacto*. Versión online disponible en <http://www.revista-artefacto.com.ar/textos/nota/?p=12>
- Lassala, G.** (2010) *Pichação não é pixação. Uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas*. São Paulo: Alta mirada.
- López, A.** (2010) *El arte de la calle*. Artículo Universidad de Zaragoza. Versión online disponible en <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/757642.pdf>
- Puig, R.** (2005) *1000 Graffitis*. Barcelona: Contrapunto.
- Ruiz Stull, M.** (2008). *Stencil, espacio, mostración: esbozo para una estética cínica*. *Alpha (Osorno)*, (27), 93-105. Versión online disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22012008000200007&lng=en&nrm=iso&ignore=.html
- Téllez, S.** (1986) *Una ciudad imaginada. Graffiti, expresión urbana*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Artículos periodísticos

- Buquete, I.** (2002, Enero 20) *Los graffitis volvieron a divertir, sorprender y enojar a los porteños*. Buenos Aires: Diario La Nación.
- Chatruc, C.** (2001, Marzo 04) *Street art*. Buenos Aires. Diario La Nación.
- Fernández Irusta, D.** (2010, Junio 06) *Revolución Street art*. Diario La Nación.
- El abecé del Street Art.** (2012, Febrero 19) Buenos Aires: Diario Página 12.
- Romero, M. J.** (2012, Abril 07) *El arte callejero, nuevo imán de la ciudad para atraer turistas*. Buenos Aires: Diario Clarín.
- Smith, R.** (2010, Diciembre 18) *Graffiti y arte callejero, una movida que crece en los muros porteños*. Buenos Aires: Diario Clarín.
- Urquiza, M.** (2001, diciembre 13) *Los diseñadores quieren hacer de la ciudad un laboratorio*. Buenos Aires: Diario Página 12, Suplemento joven.

Páginas web

- <http://arteafuera.com.ar>
- <http://www.streetartutopia.com/>
- <http://www.arteycallejero.com/>
- <http://www.losmurosnohablan.cl/portal/>
- <http://www.escritosenlacalle.com>
- <http://blog.educastur.es/potachov/2007/03/20/arte-urbano-20-pegatinas/>
- <http://ygormarotta.com/mais-amor-por-favor>

Fuentes audiovisuales

- Canal (á)** (2011) *Street art*, 6 capítulos.
- Banksy** (2010) *Exit through the gift shop*.
- I-sat** (2010) *Paredes que hablan*.
- Reiss, J.** (2008) *Bomb It, the movie graffiti documentary*.
- Silver, T.** (1982) *Style Wars*.
- Waine J.** (2008) *Pixo*.

Galerías

- Galería Unión**, Carlos Calvo 736 C.A.B.A. Abierto Lunes- Miércoles- Viernes de 12,00 a 18, 00 hs. Sitio web: <http://www.graffitimundo.com/>
- Hollywood in cambodia**, Thames 1885 piso 1, Palermo C.A.BA. Abierto de Martes a Domingo de 17,00 a 21,00 hs. Sitio web: <http://www.hollywoodincambodia.com.ar/>
- Post Bar**, Thames 1885, Palermo C.A.B.A. Sitio web: <http://www.poststreetbar.com/>

Fuentes primarias

Fotografía de casos para llevar a cabo la comparación.

Componente 5: Plan de Medios

5.2 Espacio dentro del medio, análisis y justificación.

5.3 Selección del medio y análisis de sus caracteres.

1) Ensayo periodístico: producción crítica pensada entorno a una publicación en el suplemento cultural *Radar*.

El medio seleccionado para el ensayo será el suplemento Radar de *Página 12*. Tiene una frecuencia semanal, siendo los domingos su día de circulación. Está orientado a un público interesado en el arte y la cultura, por lo que el léxico utilizado, si bien es accesible en tanto se trata de un medio masivo de comunicación, presenta conceptos específicos propios del campo artístico.

Además de brindar una agenda semanal de actividades, el suplemento divide sus secciones a partir de un recorte entre Literatura, Artes visuales, Música y Cine. En cada una de estas áreas se presentan notas de interés general, entrevistas, reseñas, críticas y ensayos como el que será planteado. Aún así, la Literatura que tiene un lugar privilegiado en el suplemento.

En la configuración del suplemento, los ensayos se presentan como una de las formas de escritura más características. Esto implica la pretensión de un lector con cierto nivel de conocimiento que, a partir de la lectura, sea capaz de poner en juego herramientas críticas y analíticas. Los ensayos se caracterizan por presentar entre tres y cuatro páginas diagramados a partir de un doble paginado en el que el cuerpo del texto está acompañado por un copete, subtítulos y recuadros con imágenes de gran formato que se articulan para ampliar o profundizar la información que se presenta.

Radar también tiene su espacio en la web. Dentro de la página del diario puede visitarse el segmento que es actualizado cada domingo a las 18 hs., presentando parte del material publicado en la edición gráfica. También en la red social Facebook²⁶ existe un perfil del medio en el que se comparten permanentemente actualizaciones sobre críticas, reseñas, notas y adelantos sobre la próxima edición del suplemento.

2) Proyecto curatorial “Paredes: los nuevos museos”: muestra fotográfica sobre intervenciones en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires en la que se convocará a los ciudadanos a participar enviando sus registros.

El medio seleccionado será la galería *Hollywood in Cambodia*. Se utilizará también Facebook como plataforma de reclutamiento.

La galería fue fundada en Octubre de 2006 a partir de la fusión de dos grupos de artistas. Dirigida actualmente por *Buenos Aires stencil*, *Run don't walk*, Malatesta y *Stencil land*, es la única galería en Buenos Aires dedicada por completo al arte urbano, siendo sus creadores, curadores y productores exponentes de este movimiento. Situado en la planta alta del bar *Post*²⁷, el espacio está conformado por dos salas de exposición, un salón de ventas y una terraza.

Suelen realizarse mensualmente muestras y actividades como *live paintig*, serigrafía en vivo, talleres y charlas. Muchos de los proyectos de la galería, como el *Shablonazo* y *Create and destroy*, traen emparentados la idea de conquistar el espacio público, por lo

²⁶ <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/>

<https://www.facebook.com/LectoresRadarPagina12>

²⁷ Thames 1885 en el barrio de Palermo

que la producción de HIC puede ser encontrada por fuera de la galería en distintos barrios porteños.

Mientras que la terraza se utiliza habitualmente para los talleres y actividades en vivo, las muestras dependiendo de la cantidad de obras se organizan en torno a las salas de exhibición. Generalmente tienen una duración de un mes, y pueden ser visitadas de martes a domingos de 17,00 a 21,00 hs, horario en el que la galería se encuentra abierta.

El público que frecuenta HIC está vinculado con el *street art*, aunque su locación hace que sea también visitada por una gran cantidad de turistas y transeúntes que, al pasar casualmente por la fachada intervenida con *stencils*, se sienten atraídos por la peculiar estética.

3) Proyecto editorial: libro fotográfico desarrollado a partir de un recorte barrial sobre las distintas intervenciones existentes en el espacio público de Buenos Aires.

El medio seleccionado será un libro publicado por La Marca editora en un trabajo de co-producción con la galería *Hollywood in Cambodia*.

Se ha elegido la editorial por ser un sello independiente especializado en arte, fotografía, ensayo y poesía. Fundada en 1992 por Guido Indij y Daniel Link, bajo la coordinación de Mariana Mazover, se caracteriza por el trabajo en conjunto con instituciones relacionadas al campo artístico como la Universidad de Buenos Aires, ArteBA, el Centro Cultural Recoleta y editoriales de Italia, Francia y España. A su vez, es miembro fundador del Consorcio de editores independientes de Argentina y su catálogo se encuentra disponible en librerías de Chile, Uruguay, Perú, Venezuela, Colombia, Panamá, Salvador, Rep. Dominicana, Puerto Rico, México, Estados Unidos y España.

La editorial tiene un sitio en internet²⁸ en donde se puede visitar el catálogo, realizar compras online y enviar proyectos para ser publicados. Dentro de sus colecciones, existe una serie llamada “Registro gráfico” en la que se encuadrará “Paredes: los nuevos museos”. Se ha seleccionado por incluir trabajos de documentación fotográfica similares al que se desarrollará tanto en términos estéticos como temáticos²⁹. Son libros de 15x 15cm. de entre 150 y 200 páginas, en las que si bien hay contenido discursivo, el foco está puesto en las imágenes.

4) Proyecto audiovisual: tráiler de un documental en el que se muestre el proceso de intervención en espacios públicos de uno o más artistas.

El cuarto medio seleccionado será Canal Encuentro, que junto a Pakapaka y DEPORTV, forma parte del Polo Audiovisual de Educ.ar Sociedad del Estado desarrollado por el Ministerio de Educación de la Nación.

Comenzando sus transmisiones en marzo del 2007, actualmente llega a más de seis millones de hogares en todo el país. Se caracteriza por ser federal e incluir en su programación contenidos de todas las regiones de Argentina, así como de América Latina.

²⁸ <http://www.lamarcaeditora.com/>

²⁹ La Marca editora es la responsable de publicaciones utilizadas para la investigación como *Hasta la victoria stencil!* y *1000 stencils*, ambos bajo la autoría de Guido Indij.

La transmisión que se ofrece desde el sitio web³⁰ brinda un complemento a la emisión televisiva generando un espacio de convergencia. En la página también puede encontrarse información sobre la programación, recursos educativos multimedia e interactivos, noticias y novedades institucionales.

Es un canal que, en tanto medio de comunicación, proclama su trabajo en la construcción de ciudadanía por una herramienta pedagógica que aporta a la función social de enseñanza. Es por eso que su programación está orientada a la construcción de una audiencia reflexiva y crítica a partir de la presentación de series sobre Ciencias, Humanidades, Derechos Humanos, Historia y Arte.

El canal no tiene publicidad externa, sin embargo cuenta con una franja publicitaria en la que se presentan avances y promociones de los programas. Su programación esta diagramada a partir de un catálogo de contenidos subdividido en Infancia, Deportes, Arte y Cultura, Ciencias Sociales, Historia, Ciencia y tecnología, Educación y trabajo, Sociedad, Juventud y *films*.

³⁰ <http://www.encuentro.gov.ar/>

Componente 6: Plan de producción de piezas Críticas y/o de Difusión

- 6.1. Revisión de las decisiones de subdivisión del tema en productos
- 6.2. Punteo de los contenidos generales de cada producto: indicación de sus partes y de la estrategia discursiva de cada una.
- 6.3. Los componentes de cada producto y su articulación.

Productos

Los cuatro productos presentados en el Componente 1 han sido mantenidos durante todo el proceso de investigación. Sin embargo, el producto 2) Proyecto curatorial ha sido sujeto a modificaciones para poder ser trabajado en sintonía con el producto 3) Proyecto editorial.

1) Ensayo periodístico: producción crítica pensada entorno a una publicación en el suplemento cultural *Radar*.

El medio seleccionado para el ensayo crítico será el suplemento cultural *Radar de Página 12*. Será realizado por un crítico en artes visuales que, a partir de una comparación, brindará una clasificación de los distintos estilos dentro del *street art* problematizando al mismo tiempo el lugar de la crítica frente al fenómeno.

La puesta en página será planteada a partir de un doble paginado encabezado con un título que destaque la temática que se trabajará, y un copete que a modo de síntesis resuma el contenido de la nota fomentando su lectura. Iniciaré con una descripción sobre el *street art* y los distintos estilos que componen el género, brindando una diferenciación de la variedad de intervenciones presentes en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires. Luego se desarrollará la problemática en relación a la crítica.

La escritura del texto estará organizada de acuerdo a una secuencia explicativa descriptiva, pero que incluirá también recursos argumentativos a partir del uso de recuadros en los que se presentarán ejemplos pictóricos de intervenciones, artistas destacados de la escena local como RRAA, exponentes internacionales como Banksy, e información sobre muestras.

2) Proyecto curatorial “Paredes: los nuevos museos”: muestra fotográfica sobre intervenciones en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires en la que se convocará a los ciudadanos a participar enviando sus registros.

Será planteada a partir de una convocatoria en internet llevada a cabo en Facebook, en donde se invitará a todo aquel que transite por la Ciudad de Buenos Aires a prestar atención en los muros, carteles y medios de transporte. Bajo el nombre “Paredes: los nuevos museos” se propondrá a quienes quieran participar que envíen imágenes fotográficas de intervenciones detallando la dirección en la que sean halladas. A partir de esto, se relazará una selección de 70³¹ obras que conformarán la muestra.

La exposición durará un mes. Estará montada de acuerdo con un recorte barrial a partir del que se organizarán las fotos utilizando las dos salas de exhibición de la galería. Cada imagen tendrá un tamaño de 30x40 cm. y estará acompañada por una cédula en la que se incluirá el nombre del artista colaborador, el lugar donde fue

³¹ La cantidad de obras será determinada a partir del espacio de la galería y del tamaño de cada una de ellas.

tomada, y una clasificación de acuerdo al tipo de intervención que se trate. El texto curatorial estará orientado a brindar información sobre las diferencias de soportes, técnicas y materiales entre los distintos tipos de intervenciones.

La muestra estará acompañada por la proyección permanente a través de un cañón de aquellas fotografías que hayan quedado fuera de la selección. Además, se organizarán actividades para los fines de semanas que incluirán la presencia de artistas como Tester, Pum Pum, Sam, RRAA y Gualicho para presentar charlas, debates y prácticas artísticas.

3) Proyecto editorial: libro fotográfico desarrollado a partir de un recorte barrial sobre las distintas intervenciones existentes en el espacio público de Buenos Aires.

A partir del material fotográfico adquirido en el marco de “Paredes: los nuevos museos” se editará un libro co-producido por La Marca editora y *Hollywood in Cambodia* que tendrá el mismo nombre. Formará parte de la serie “Registro gráfico” de la editorial.

A diferencia de la muestra en la que se incluirá el nombre del colaborador, las fotos serán presentadas de forma anónima. Si bien estará organizado a partir de un recorte barrial, éste será delimitado entre Palermo, Colegiales, Villa Crespo, San Telmo, Caballito y San Cristóbal³², representando cada barrio un capítulo del libro.

La configuración principal del libro será descriptiva. Sin embargo, el prólogo brindará una breve introducción histórica al fenómeno en donde se detallarán las distintas categorías existentes a partir de la distinción de técnicas y soportes, trazando una diferenciación entre pegatinas, afiches, *stencils*, *graffitis*, *taggs*, frases con aerosol y murales.

El libro será de 15x 15cm. En cada página se presentará un caso a partir de una fotografía acompañada por un paratexto en el que se detallará el lugar geográfico en el que fue tomada y la categoría dentro del *street art* a la que pertenece. Se incluirán 150 fotografías en total³³.

4) Proyecto audiovisual: tráiler de un documental en canal *Encuentro* en el que se muestre el proceso de intervención en espacios públicos de uno o más artistas.

El *tráiler* será planteado como un producto publicitario de aproximadamente sesenta segundos para la difusión de un documental en canal *Encuentro* sobre intervenciones espontáneas en el espacio público de la Ciudad de Buenos Aires. Si bien el canal no cuenta con un espacio de promoción comercial, sí presenta durante la franja publicitaria adelantos o promociones de sus productos. Por lo tanto, será en este espacio en el que se enmarcará el producto.

Estará configurado bajo una organización descriptiva, pero que genere al mismo tiempo misterio como recurso para motivar a los espectadores a ver el futuro documental. Esto será planteado a partir del montaje y la selección de tomas cortas en las que puedan verse distintos artistas interviniendo la ciudad, o a punto de hacerlo. Por lo tanto, la música y la iluminación cobrarán un rol central en la construcción de sentido.

³² Se seleccionarán estos barrios por ser los más ricos en intervenciones urbanas, existiendo un recorrido turístico planteado en torno a ellos.

³³ El tamaño y la cantidad de páginas ha sido determinado a partir del criterio de La marca editora, manteniendo por lo tanto su estilo.