

1. Tema del trabajo

Intervenciones urbanas en la ciudad de Buenos Aires

Análisis de las operaciones retóricas en el estencil. Lo reidero como principal recurso utilizado para abrir el diálogo en diferentes lugares públicos.

Me interesa la figura humorística y crítica del estencil. Con algunos ejemplos, quiero observar el papel de las operaciones retóricas. Por otro lado, comprender cómo influye el tratamiento sobre los temas de actualidad política y social en la captura de atención del transeúnte dentro del paisaje urbano.

Tópicos:

¿Cuáles son las operaciones retóricas que utiliza el estencil para entregar un mensaje de fácil acceso en la vía pública?

¿Por qué esta técnica aparece en las calles de Buenos Aires como respuesta a temas de la actualidad política y social?

¿Aparecen como descendencia de la técnica de producción? ¿Cómo dialoga con las demás intervenciones? ¿Desplazó algunas otras, como los tags o el graffiti?

2. Situación del tema

Retórica, transgresión que encamina la producción de sentido

Las operaciones retóricas suelen estudiarse en el marco literario, con la metáfora y metonimia como las más reconocibles. En este trabajo, se tomarán ejemplos de una práctica urbana presente en las grandes ciudades como es el estencil para observar estas operaciones en imágenes. Si bien este tipo de intervención tiene años de antigüedad -existen registros en la antigua Pompeya-, aún sigue en desarrollo. Previo a la observación del funcionamiento de estos recursos, habría que considerar a estas imágenes como un signo icónico y reconocer que en ciertos grados, comparten algunas propiedades con el objeto representado. Para explicar esto, el Grupo μ realizó un diagrama en el cual explicaba la iconicidad y cómo afectaba a las instancias de producción y recepción: el modelo (M) y su signo icónico (I). Posterior a una descripción analítica de I y de M, se encontrarían puntos en común. Pero ¿qué ocurre con el resto de los elementos? ¿Cómo llegaron allí? Para los autores del *Tratado del signo visual* (1992), estos solo podrían haber sido agregados por el productor de la imagen. Entonces el signo icónico tiene

caracteres del referente, pero también posee otros que provienen del productor de la imagen. Lo importante de esto para este informe es que al usar una plantilla que puede ser impresa a partir de modelos en internet, puede ponerse en cuestión en nivel de originalidad de la obra.

Marián Cao, se dedica a la retórica visual desde una postura didáctica. Coincide con el grupo antes nombrado en que los signos icónicos no poseen exactamente las mismas propiedades del objeto representado, sin embargo logran reproducir algunas condiciones de la percepción común. Al seleccionar los estímulos que permitan construir una estructura perceptiva que posea la misma significación que la experiencia real denotada por el signo icónico, se podrá reconocer el objeto completo(1998:43). De la selección de ese aspecto dependerá la posibilidad de su reconocimiento. Por ejemplo, en las grandes ciudades hay publicidades, logos, carteles. Todo eso es luego incluido en las temáticas del estencil, por ejemplo McDonald's, Bush, HelloKitty. "Esperamos encontrarnos ante un cierto sistema de notaciones", agrega Cao, y el efecto que logran estas intervenciones, en combinación con el efecto reidero, es aprovechar esaprevisibilidad y colocar lo opuesto. Con respecto a esto, Guerra Lage define al estencil, y a todas las producciones culturales, como el resultado de una lectura anterior. Pero le agrega una instancia de respuesta activa, por parte de "consumidores que se rebelan, reproducen y refractan el universo de imágenes y discursos de los medios masivos con los que conviven".

La importancia del conocimiento de las operaciones retóricas radica, según el Grupo μ , en que son un punto de partida en el análisis del proceso de atribución de sentido. El significado es el resultado de los procesos de decodificación. Para entender cómo funciona crearon el modelo global de la descodificación, el cual reúne los mecanismos que dan lugar al reconocimiento de las formas de los objetos, desde lo perceptivo a lo cognitivo. De la visualización de las texturas, las formas y los colores resulta, a través de los analizadores de cada ser humano, una integración que a su vez se comparará con el repertorio, el resultado de ese proceso será el objeto. Los creadores de estenciles ponen al servicio de la comunidad gran parte de su repertorio y conocimientos previos. Tanto es así que suelen asociarse con el mundo de la publicidad y el diseño gráfico por el tratamiento que le dan a las temáticas, pero con el número de imágenes que se consumen diariamente, muchas personas que no participan en esas profesiones también podrían crear plantillas.

El repertorio del que habla este grupo de estudio "da cuenta de todos los objetos de la percepción sea cual sea el grado de complejidad de esta última", y una vez incorporados, se combinan con sensaciones. Muchos de los juegos de percepción visual, tienen en cuenta esto y muchas veces es distinto lo que ven diferentes personas, ya que cada uno vive una situación emocional diferente. Debido a ese cambio constante, el grupo agrega que "el repertorio está en estado permanente de reconstitución a medida que le son confrontados objetos nuevos o configuraciones nuevas de objetos". En los procesos cognitivos, la memoria y la repetición son productoras del objeto,

intervienen en el resultado final. El repertorio de cada persona está organizado en su mente, lo que plantea el estencil es desorganizarlo, romper con las previsibilidades.

Todo depende de los ojos con que se mire

Cada imagen estaría compuesta entonces por un entramado de signos codificados que proponen una lectura plural, indica Cao en el texto “La Retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen”. Pero esta codificación no se agota en la imagen en sí, en lo puramente denotado. Si fuera esto cierto el análisis retórico sería de grado cero. Los carteles de “prohibido” serían un ejemplo esto, porque no presenta mensaje connotativo alguno. En ese mismo artículo, el autor realiza una descripción concisa y clara de las operaciones retóricas, agrega ejemplos que se podrían incluir en el Manual de Lengua y Literatura pensado en el plan de notas. En el estencil podría decirse que las operaciones más recurrentes son la de sustitución e intercambio. Pero el Grupo μ aporta otras que ayudan a pensar en la imagen desde lo esencial, por ejemplo cuando hablan del contorno como: “el reborde tiene por función la de dar el estatuto “interior” a uno de los espacios opuestos por la línea”. Este límite cerrado del estencil ayudaría a su comprensión. La pared pública, como soporte más habitual tan propenso a modificaciones, llevaría al estencil deteriorado por clima o desgastes de un claro campo de percepción a un continuo espacio indiferenciado; aumenta la importancia de este recurso en un espacio tan inconstante. (ver imagen N°1)

No se ha encontrado en la búsqueda bibliográfica un análisis del estencil tan exhaustivo como el realizado por Roland Barthes en su estudio sobre imágenes publicitarias. A pesar de que las publicidades presentes en el capítulo “Retórica de la imagen” son más complejas que las imágenes que propone el estencil, bien podrían trasladarse ciertos conceptos. Para Barthes, “la lengua de la imagen no es sólo el conjunto de palabras emitidas, sino que es también el conjunto de palabras recibidas: la lengua debe incluir las del sentido”. En la instancia de reconocimiento cada signo correspondería a un conjunto de conocimientos previos. En alguna ocasión, estos podrían estar ausentes y como consecuencia un transeúnte que no cuente con esos datos, perderse de algún chiste o ironía típica de estas intervenciones. Para definir el vínculo entre imágenes y significados, Barthes aclara: “Este campo común de los significados de connotación, es el de la ideología, que no podría ser sino única para una sociedad y una historia dadas, cualesquiera sean los significantes de connotación a los cuales recurra. A la ideología general corresponden, en efecto, significantes de connotación que se especifican según la sustancia elegida. Llamaremos connotadores a estos significantes, y retórica al conjunto de connotadores: la retórica aparece así como la parte significativa de la ideología”. Pero el autor no adjudica a la forma la virtud de participar en las operaciones retóricas de la imagen, en cambio le otorga esta atribución a la sustancia, “la retórica de la imagen (es decir la clasificación de sus connotadores) es específica

en la medida en que está sometida a las exigencias físicas de la visión (diferentes de las exigencias fonatorias, por ejemplo), pero general en la medida en que las no son más que relaciones formales de elementos”.

Muchos escritos sobre este tema, son estudios universitarios que desde una mirada semiótica reflexionan sobre estas intervenciones. Sin embargo, aún se presentan como ensayos o artículos para revistas que abarcan este tema desde puntos más localizados. En el 2009, María Cecilia Guerra Lage incluye en una investigación en el marco de la asignatura “Cultura y Sociedad” este artículo denominado “Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires (2002-2007)”. La especificación geográfica y temporal coincide con la de este trabajo, por lo que se considera su inclusión. Incluye también nociones sobre operaciones retóricas, pero como una “transgresión a una norma”. Los ejemplos que presenta son la repetición y la ironía, y la representación a escala real.

Otro estudio que comparte las mismas características es el de Mercado-Percia (2012), que de las cinco etapas de la producción del discurso, presenta la *elocutio* como predominante: “es la etapa en la que se dota de 'ropaje lingüístico' las ideas. No es una simple etapa para adornar lo que se quiere decir; en ella se tiene en cuenta a la gramática para darle 'rectitud' a las oraciones y, al mismo tiempo, a los *tropos* y figuras estilísticas para alcanzar una 'perfección' mayor y experiencia estética”. En relación al concepto de “repertorio” como contenedor de todos los conocimientos previos propuesto por el Grupo μ , este autor lo relaciona con el efecto que luego tendrá en la recepción: “el estencilistase vale de la información, de opiniones, de valores y de creencias de su transeúnte auditorio, propios de la vida en una sociedad globalizada, altamente industrializada e informada. Todo esto con el fin de denunciar de forma clandestina una práctica, una política, un hecho perjudicial, injusto y reprochable”. Sin embargo, el propósito de esta investigación es detectar en las imágenes fines que no incluyen la denuncia sino el efecto reidero. Para ello se recurrió al texto de Oscar Traversa “Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas”, publicado en *Revista Figuraciones*. Es evidente que el estencil no es el objeto del artículo citado, pero la reflexión sobre el resultado de las tapas de revistas que se analizan, ayudan a pensar en los procesos de creación de imágenes en el estencil a partir de “las cualidades de aquello que se propone como posible motivador de ese efecto”. Examinar el momento de producción sería vital para el análisis de las cualidades y el resultado: la risa. Esto es válido tanto para las tapas de revistas como para el estencil. Según Traversa, es necesario discriminar las propiedades de acciones o productos a los que se les adjudicó un cierto papel en las relaciones con las cosas o con el mundo y los supuestos que otros discursos definieron como posibles resultados de su desempeño, ya que modificar las reglas de uso, es parte del estatuto de lo reidero.

El esténcil, ciudadano (no)ilustre de Buenos Aires

El “arte callejero” como género recientemente legitimado incluye al graffiti, los tags y el esténcil. En un principio los dos primeros se destacaban por establecerse en lugares de difícil acceso, eran una manera de decir “yo estuve aquí”, cuánto más complicado fuera el lugar donde se inscribían, reconocimiento lograba el autor. En cambio el esténcil, sin firma y desparramado por la mayor cantidad de calles posibles, lo que se quiere decir quizás sea “yo pienso esto” o “yo siento esto” “yo viví esto”. El estencilero estaría más interesado en el mensaje quemostrarse como autor. La falta de vanidad podría residir en el hecho que en este caso, el mensaje predomina sobre la destreza.

Claudia Kozak, es una investigadora argentina dedicada el estudio de las culturas urbanas. En su libro *Contra la pared*, realiza un recorrido histórico sobre cómo el hombre comenzó a utilizar este soporte como lugar de expresión. Explica que tanto en el antiguo Egipto y en China, se usaban plantillas en cuero, papiro o papel para imprimir figuras decorativas sobre muros o seda. En Occidente, a partir de la Edad Media, las plantillas se utilizaban para decorar las paredes de las iglesias, algunos muebles y telas. Por otro lado, en los ochenta, las calles comienzan a verse, también por la explosión del graffiti, llenas de esténcil. Para establecer ciertas diferencias entre estos productos, declara: “Si bien los graffiti muestran su conexión con la cultura mediática, en otro sentido, aunque sean parte de ella, resisten a la especularización de la palabra imagen propia de la cultura de las pantallas a fuerza de quebrar los modos habituales de percepción visual urbana. A la ciudad como espectáculo, también ciudad como espectáculo, le sobreimprimen la marca del trazo ‘grueso’, sucio que no invita a la contemplación serena sino por el contrario, a la experimentación ‘desde el cuerpo’”. Kozak realiza varias clasificaciones en su libro, por ejemplo agrupa como graffiti-stencil lo que en este trabajo se denomina solo esténcil. Lo interesante de su propuesta es que determina una definición más específica sobre un tema que aun tienen mucho por delante, el graffiti sería entonces una “inscripción no permitida en espacios públicos no concebidos para tal fin”. El esténcil entraría en esta definición, con la salvedad de hacerlo con el uso de una técnica particular.

Sin estar del todo de acuerdo con lo que propone Ruiz Stull en su artículo “Stencil, espacio, mostración: esbozo para una estética cínica”, concluir que la presencia del esténcil es un momento de turbación en el *continuum* que tiende a la homogeneización en el paisaje urbano, podría ayudar en la nota pensada para la revista Time Out Buenos Aires. El autor relaciona las decisiones del Estado en el diseño urbano con la locación que suelen tener estas intervenciones, explica: “la supuesta reacción con que naturalmente aparecen los *stencil* no pretende causar un simple desarreglo o ruido en la continuidad de un espacio previamente dado sino, más bien, comporta la respuesta visual y discursiva respecto de una política que decide acerca de la disposición pública confortable del espacio que se propone al uso de cada individuo”. La repetición antes considera como una operación retórica distintiva de los estarcidos, Ruiz Stulllo

plantea como denuncia del planeamiento urbano: “por medio de la repetición múltiple de una figura en distintos puntos de la ciudad, no se estaría señalando sino el principio de uniformación que anima la política de planificación urbana, estrategia de subversión que asimilamos bajo los rasgos cínicos con que se introduce la inversión de los criterios de valoración específicos de la materia cultural por medio de la cual se configuraba la antigua distribución”. Los lugares que alojarían a estas intervenciones serían “aleatorios y de ocasión”, pero no parece del todo correcta esta ya que el emplazamiento es un determinante en la producción de sentido. Tampoco parecería correcto el efecto de “ralentización de la experiencia usual de la ciudad” que se propone en este artículo.

Es reiterado en varias ocasiones que 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. Guerra Lage, explica que “la radicalización de los acontecimientos obligó a la comunidad artística a reflexionar de modo más urgente sobre la relación entre arte y política” pero por otro lado “la protesta social masiva desencadenó la puesta en escena de diversos modos de expresión que tomaron la calle como escenario”. Por esto, la autora considera a los 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, conclusión que pareciera amplia a pesar de la cita una investigación específica.

Competencia urbana ¿Cómo dialoga con otras intervenciones?

En principio lo que distingue al objeto de estudio de esta investigación, en comparación con el resto de las obras que aparecen en las paredes de la vía pública es como explica Guerra Lage, el uso “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”. Explica dos motivos que desde aquí se consideran estratégicos en el desarrollo y proliferación del estencil: “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”. El saber previo que se requiere para crear una imagen de alta pregnancia es fundamental, pero se contrapone con el prescindible talento manual del productor, no es necesario pintar a mano alzada ni conocer el círculo cromático. Estos aspectos diferenciales con el graffiti o los tags, consisten más que nada en que el estencil es una técnica que puede valerse de computadoras para obtener las plantillas y la destreza mínima para traducir una imagen compleja a un signo legible a un color.

En correlación con las entrevistas que se plantean para el Canal (á), se retoma el artículo de Mercado Perciacuando considera la situación del transeúnte y la experiencia que le significaría: “no sólo tiene una verdadera experiencia estética, sino que asiste –aunque se encuentre en un bus o simplemente mientras camina– a un encuentro retórico en el que un orador desconocido intenta cambiar y confrontar una opinión para moverlo a la acción. El que se detiene a observar un esténcil se dispone a ser interpelado y juzga. Pero este detenerse no necesariamente implica quedarse quieto frente a la imagen”. Esto también se opondría a la “ralentización” descrita antes por Ruiz Stull. Para argumentarlo, Mercado Percia vuelve de una manera sencilla en función de uno de los objetivos del esténcil, o sea ser visto, declara que “las figuras de esténcil son simples y pueden ser vistas a gran distancia o captadas mientras el observador se encuentra en movimiento, por ello es un auditorio transeúnte y solitario”.

Para concluir el tema de la técnica, las consideraciones de Karl Marx sobre los modos de producción son útiles para este trabajo. A su vez, se pueden pensar como modos influyentes en los estilos que puedan resultar del uso de determinados modos de producción. El autor los define “por las relaciones de producción que las personas establecen entre sí. En las relaciones de producción, el trabajo individual se convierte en una partícula o parte del trabajo social”. Es interesante pensar, que si bien tiene fines en el nivel expresivo, también es un trabajo individual que se convierte luego, por la utilización del espacio público, como un trabajo social. Con su gran frase, “El ser social determina la conciencia social”, Marx deja un pensamiento aplicable en diversos ámbitos, en este caso aquellos que se aventuren a pintar las calles con similares modos de producción, tendrán también similares condiciones de vida tienen y formas de plantearse frente al medio que los rodea: la ciudad, la actualidad, el consumo, los medios masivos de comunicación. Quizás sea por esto el número de este tipo de intervenciones en ciudades más pequeñas es menor.

Tanto el graffiti como los tags, los murales presentan un elemento del que podría decirse que el esténcil reniega: el componente aurático. Este término instalado por Benjamín en su texto *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, se utilizó en principio para diferenciar la originalidad de las obras pictóricas, por ejemplo, contra el cine o la fotografía. En el momento de la publicación de este texto, la idea de que algo pudiera ser reproducido en cantidad lo eliminaría de la categoría artística. Al ser tan cotidiano el contacto con copias y reproducciones, la frase de Benjamín hasta pecar de inocencia: “Las masas de hoy parece que necesiten que todo les sea más próximo. Parece, pues, según este punto de vista, que hacer las cosas más próximas sea “más humano”. Evidentemente, esto no es cierto. Al hacerlo todo actualizable, se traspassa lo único de forma que se deja de lado. Todo puede ser copiado. Todo puede venir a mi posición a través de la copia. Ya no tengo que buscar lo oculto de la copia, porque ya no existe lo oculto. No hay ningún rastro, de este modo, de la tradición que se esconde en cada poro de tela, en el yeso de una escultura, en la obra que está distanciada”. En la actualidad, como en ese entonces según Benjamín, todo es digo de ser copiado, pero la diferencia radica en que ya no hace ruido, y

al mismo tiempo muchos encontraron la oportunidad de crear nuevas corrientes artísticas a partir de ello, como el dadaísmo y hasta el kitsch. El Grupo μ antes citado, declaraba en su tratado que “la idea de copia debe ser abandonada y reemplazada por reconstrucción”, porque siempre que exista un productor, aparecerán nuevos sentidos.

La risa, pasión de multitudes

Después de la observación de registros fotográficos y fílmicos, como también entrevistas y del recorrido visual por las calles de la ciudad de Buenos Aires, se puede llegar, no con un porcentaje exacto, pero sí cercano a la conclusión de que gran parte de los estenciles que surgieron después del 2000 presentan un contenido humorístico. Para reflexionar sobre esto, el texto “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico” de Oscar Steimberg puede ser aplicado a este ámbito. El autor diferencia lo cómico, el chiste y lo humorístico para luego reflexionar sobre la aparición de estos componentes en espacios visuales.

Aquí no hay compromiso del sujeto que realizó la humorada, ya que no se sabe bien quién lo hizo, ni cuándo. Podría en cambio, acercarse al chiste porque involucra a un receptor, del cual también se suponen conocimientos previos y se lo invita a la “agresión común -compartida- y a la regresión común”. El chiste ayudaría a disipar las penas del sujeto productor y facilitaría su camino en encontrar seres como él. Steimberg explica que la comicidad en este caso estaría depositada en un tercero, por eso muchas veces encontramos retratos de personajes famosos con frases que se contraponen con alguna característica de esta persona o de alguna situación que haya sucedido en el corto plazo. La “subversión” de la que hablan algunos artículos citados anteriormente sería canalizada en la creación de estas imágenes, la contraposición de sentidos en un tono irónico, sería entonces para sacar angustias y preocupaciones, para compartirlas con quien esté dispuesto a verlas. Pero en varios ejemplos, vemos que los temas son tristes o hablan de temas que producen malestar, ya que no toda ironía es humorística.

Steimberg en su texto habla del cartoon como género en tanto discurso subordinado a otros discursos: dibujo, o articulación de dibujo y texto verbal. En este sentido también el estencil podría pensarse de este modo, ya que son muchas las intertextualidades que aparecen y con el desarrollo observado en los últimos diez años, se fueron incluyendo otros discursos y técnicas, hasta a veces se llega a dudar si es un mural o un estencil. Así como el cartoon ha sido entendido, siempre, como discurso sobre discursos, el estencil absorbe todo a su paso y lo simplifica en una plantilla

3. Plan de medios

Canal (á)

Canal de cable dedicado especialmente a las actividades culturales de Argentina y Latinoamérica. Tiene una programación variada, con alrededor de veinte formatos diferentes de media hora cada uno. Abarca casi todas las artes: cine, teatro, artes visuales, música. Su eslogan es “cultura activa”, porque ve a la cultura como algo en constante cambio. Aparecen nuevos y viejos pintores, combina espacios para las nuevas tendencias con el reconocimiento a los artistas ya consagrados. En lo que se refiere a la ciudad, hay programas de cafés destacados en Buenos Aires, museos y “crónicas urbanas”.

Presenta ciclos llamados “Procesos creativos” o “Métodos” en los que se muestra el momento anterior a la obra completa, cómo se logró, con qué técnicas, etc. Esto demuestra que se dirige no solo a personas que consumen arte, sino también a quienes lo producen. De esta manera queda expuesta la cotidianeidad del artista y su intimidad. Algunos de los programas consisten en ir a sus casas o talleres para que muestren sus trabajos en el mismo lugar de creación.

Hace unos meses, emitían un programa llamado *Street Arten* el cual se recorría la ciudad en búsqueda de intervenciones realizadas con diferentes técnicas. Presentaba entrevistas en tono informal a los artistas junto a sus obras. Para argumentar sobre estos sucesos se reunían opiniones de académicos relacionados con el diseño de imágenes y comunicación. Este formato comparte muchos puntos de interés con esta investigación. Se organizará entonces un programa dedicado especialmente al estencil, con algunas entrevistas, que incluya el registro de todo el proceso creativo desde la plantilla hasta la impresión en la pared. La propuesta es focalizarse en el efecto reidero del estencil. Con paneos de algunas calles con pintadas, se podrá reflexionar sobre las diferencias con el resto de las intervenciones.

Revista Time Out

Se trata de una revista que se publica en varias ciudades, en cada una comparte parte del título que se completa con el nombre de la ciudad. Por ejemplo: Time Out London. Abarca varios temas: indumentaria, salidas, galerías de arte, entrevistas y las clásicas recomendaciones de hoteles, restaurants y bares. La página web está en inglés, lo cual marca un enunciatario con ciertos conocimientos previos. Al mismo tiempo deja claro que busca un público selecto.

Sería una versión *parahipsters** de una típica revista femenina. Apunta directamente a un público extranjero que se aleja de los típicos recorridos turísticos, como también a los locales que ven a su ciudad como un espacio a descubrir. Proponen los museos e instituciones más conocidas pero también ofrecen opciones alternativas. Esto indica un público que suele viajar y entiende el

proceso de llegar y conocer las movidas culturales de una ciudad, son personas inquietas que salen a la calle en busca de experiencias.

Como opción para el segmento “Paseos” se explicarán las observaciones realizadas en la investigación de una manera más coloquial. Será un artículo no muy largo, de dos a tres páginas, y se acompañará de un mapa con señalizaciones para encontrar los ejemplos que se describen como también las esquinas más representativas. Cada parada tendrá una explicación en la revista para que el paseo funcione como un ejercicio visual y simule la experiencia del museo en la calle. En este producto queda en relevancia el contexto de la ciudad para detenerse en el diálogo y las diferencias entre la variedad de intervenciones.

Manual de Lengua y Literatura. Nivel Secundario II. Editorial Santillana.

Consiste en un manual organizado en cuatro secciones, en las que trata de forma diferenciada la Literatura de la reflexión sobre la Lengua. Incluye un capítulo especial de ortografía y una antología literaria para ampliar la lectura. Tiene doscientas veinticinco (225) páginas y presenta un tono enunciativo en primera persona del plural, para dar la sensación de que el manual y el alumno trabajaran en conjunto. Todo el libro presenta cuadros con imágenes que agregan información específica con datos numéricos sobre el tema. Presenta variedad de fotos e ilustraciones.

Al comienzo de cada capítulo se le hacen preguntas al estudiante para entrar en tema. Son más bien relacionales, con lo que se supone que el lector ya sabe, quizás sin ser aun consciente de ello. Las palabras claves están resaltadas en negrita. En relación a lo que se propone con esta investigación, las palabras serían por ejemplo: plantilla, operaciones retóricas, mensaje. A lo largo del capítulo se proponen actividades, aparecen en cuadros separados del texto. En la última página se presentan algunas “experiencias”, se distingue por tener el fondo de la página en color (todo lo demás tiene fondo blanco). Al final del capítulo se proponen varios ejercicios con una modalidad de tono imperativo pero sin perder el tono gentil.

Dentro de la primera sección, en el capítulo cuatro llamado “Mundo poesía”, se encuentran los tópicos de mensaje icónico y textual. Como ejercicio se propone crear una publicidad. Aquí es donde se incluirá la información de esta investigación, porque las imágenes seleccionadas se podrían analizar en esos niveles de comunicación (indicial, simbólica e icónica). Al ser una práctica todavía en proceso de legitimación y prohibida en muchos lugares se dejará en claro que el objetivo es detectar operaciones retóricas fuera de la literatura.

4. Fuentes

- Barthes, R. (1986) "Retórica de la imagen", en *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós, 2009.
- Benjamín, W.(1936) *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: Godot, 2011.
- Cao, M. "La Retórica visual como análisis posible en la didáctica del arte y de la imagen", en *Arte, Individuo y Sociedad*, Norteamérica, 1998.
- <<http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/ARIS9898110039A/5963>> [Fecha de consulta: 10/07/2013]
- Gándara, L. (2004) *Graffiti*. Buenos Aires: Eudeba.
- Grupo μ . *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Barcelona: La Cátedra (1992)
- Guerra, M.C. (2009). "Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires (2002-2007)" en *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, N°7 <<http://revistaumanizales.cinde.org.co/index.php/Revista-Latinoamericana/article/view/231/115>> [Fecha de consulta: 22/04/2013]
- Kozak, C. (2004) *Contra la pared: sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Marx, K. (1867) *El capital*. Buenos Aires: Siglo XXI (2002)
- Mercado-Percia, J. (2012) *Análisis retórico del estencil*. Medellín: Universidad EAFIT. <http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-82852012000300015&script=sci_arttext>[fecha de consulta: 15/05/2013]
- Ruiz Stull, M. (2008). "Stencil, espacio, mostración: esbozo para una estética cínica". *Alpha*, 27, 93-105. <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-22012008000200007&script=sci_arttext>[Fecha de consulta: 07/05/2013]
- Steimberg, O. (2001) "Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico" en *Signo y seña*, N° 12. Buenos Aires: UBA.
- Traversa, O. (2009) "Notas acerca de lo reidero en las tapas de las revistas", en *Revista Figuraciones*, N°5. Buenos Aires: IUNA.

Filmografía

Ciclo *Paredes que hablan*, producción de canal I-sat. Disponible en YouTube

Fotografías

Relevamiento fotográfico realizado por el autor del trabajo

<http://www.bsasstencil.org/>(incluye videos)

5. Plan de escritura de las notas

Programa para Canal (á)

Estará dividido en tres bloques de ocho minutos cada uno, con tiempo para publicidad entre ellos. El tema de la investigación que se plasmará en esta nota es el efecto reidero y los mecanismos que utiliza esta técnica para producirlo. Para ello se recolectarán ejemplos y opiniones de personas que no sean del ambiente artístico para que ofrezcan una visión más personal.

Marcar territorio. Locación como factor enunciativo

En el primer bloque se entrevistará a un artista para mostrar un enfoque desde la producción. Aquí interesa dar cuenta si quien deja un estencil en la vía pública considera el lugar elegido como punto de generación de sentido. Al filmarlo en la misma calle se genera una especie de telón de fondo con todos los diálogos que entrelazan en la pared. La cámara irá en búsqueda de puntos de contacto entre obras para revelar esas interacciones. Durante los paneos que acompañarán la entrevista, se registrarán algunos ejemplos útiles para el reconocimiento de los temas. La política o las imágenes que remiten a la infancia o adolescencia son temas recurrentes en el estencil. Algunos investigadores expresan que aquellos que se dedican a estas intervenciones vienen del mundo del diseño gráfico y la publicidad, esto puede deberse a la manera de crear y combinar estas imágenes. Si bien al crear una plantilla con un GameBoy (un videojuego de mano famoso en la década del noventa) se percibe un enunciador que de algún modo vivió esa época, es un poco impreciso limitar los productores a ese campo.

Para el segundo bloque se piensa una mirada más académica, con la entrevista de un profesor de Comunicación Visual de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires. Esta charla será puertas adentro, en la misma facultad. Las paredes que están en las escaleras están en su mayoría pintadas por los alumnos. Esto resulta interesante para observar las diferencias y similitudes de las intervenciones exteriores de las interiores. Si las exteriores son para revelarse contra el diseño urbano y expresar ideas a un público inestable y equívoco, ¿las intervenciones puertas adentro se rebelan contra la institución que las alberga? ¿Qué pasa cuando las intervenciones están legitimadas por esa institución, como en el caso de las marcas deportivas que usan esta estética para decorar sus locales? ¿Qué les queda si no tienen su cuota de ilegalidad y rebeldía?

Es preferible reír que llorar

Al separar las intervenciones de su propuesta de denuncia e ilegalidad, aparece un efecto que muchas veces ayuda a amenizar un mensaje polémico y hasta deprimente. Hablar de temas serios desde el humor y la ironía permite al enunciador despegarse de ese lugar. Sumado a la falta de firma de las intervenciones, no se sabe quién lo dice ni por qué lo dice, pero los temas que abarcan involucran a muchos.

Al final de cada bloque, una persona de la vía pública ofrecerá su opinión personal sobre estas intervenciones. Con esto se intenta registrar la importancia del emplazamiento de estas obras, ya que es notoria la diferencia de sentidos según el lugar de la ciudad. A través de estas impresiones de la gente, quedará planteado implícitamente el nivel de retención en la memoria de los transeúntes y ver si el efecto reidero logra más permanencia que aquellos que no lo presentan. Desde el 2000, momento en que los estenciles comenzaron a proliferar, hasta la actualidad, las temáticas fueron variando. Es importante notar que muchos mensajes que antes se daban en carteles enormes o con aerosol en un uso más manual, ahora se presentan con las plantillas. Al escuchar la voz de los espectadores intermitentes se intenta comprobar la notoriedad de esos cambios.

Artículo para la revista Time Out

La propuesta para esta publicación es que el lector obtenga las direcciones necesarias para armar un recorrido por algunos barrios de Buenos Aires. Se pone en cuestión el museo como único lugar de exposición de obras. El interlocutor al que se dirige entiende este juego y busca lugares alternativos a esa institución.

Nada es para siempre

El artículo presentará un tono informal, con algunas palabras en inglés para darle una postura más internacional. Esto tiene como intención combinar el costado turístico y dar cuenta de lo global del estencil. También hay que considerar que mucho del contenido sobre este tema es visual y está muy al alcance de todos en internet. En principio este artículo se diferencia por proponer un paseo armado, dentro del caos que plantean las intervenciones y a su vez ofrecer un poco de texto escrito que no sea la historia del estencil en la Argentina.

Habrá un mapa con señalizaciones en las direcciones donde se localizan las obras. Al lado del mismo hay una flecha y la palabra “Recortalo” para invitar al lector a que le dé un nuevo uso a la revista. El imperativo en segunda persona está amortiguado por el voseo. Lo interesante de este recorrido sería ver si hay modificaciones en las paredes desde el momento de publicación de la revista hasta la visita del lector. Este hecho abre las opciones de una interacción entre lector y revista, que reportaría estos cambios y a su vez serviría para reconocer el aspecto efímero de las obras.

Capítulo de manual de Lengua y Literatura

El texto hablará en mayor medida sobre las nociones de operaciones retóricas en la imagen. Con ejemplos y actividades se pensará el proceso de creación de imágenes a partir de la información visual que nos rodea. En principio el texto aportará datos históricos sobre cómo en diferentes épocas las paredes fueron soportes de escritura. Habrá un cuadro con explicaciones y datos de

cómo funcionan los aerosoles, tanto el aspecto físico como el ambiental, con fotos de un aerosol por dentro.

En esta nota, al estar inserta en un manual de literatura, prevalecerá el texto escrito. Los cuadros con datos numéricos e imágenes servirán de apoyo de información, para poner de forma clara y concisa lo hablado en el texto. El mayor interés recaerá en que los lectores aprendan sobre el proceso creativo de imágenes, su construcción de significados a través de las operaciones retóricas y puedan interpretar los mensajes de las imágenes.

Imagen N°1

