

Redes imaginarias y ciudades globales. El caso del *stencil* en Buenos Aires (2000-2007)¹

María Cecilia Guerra Lage *

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

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

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 97]

(*) Magister en Historia del Arte Latinoamericano del IDAES (Buenos Aires). Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires), con especialización en Políticas y Planificación de la Comunicación.

1. Introducción

El fenómeno de la proliferación de *stencils* en el espacio público es parte de la tendencia general de las intervenciones callejeras, práctica que tuvo sus vaivenes a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, y que en la ciudad de Buenos Aires se desarrolló con intensidad a partir de la crisis económica y política de fines de 2001. En ese momento, si por un lado la radicalización de los acontecimientos obligó a la comunidad artística a reflexionar de modo más urgente sobre la relación entre arte y política²; por otro, la protesta social masiva desencadenó la puesta en escena de diversos modos de expresión que tomaron a *la calle* como escenario.³

El *stencil*, técnica utilizada durante los años noventa en distintas ciudades del mundo por agentes anónimos como *Banksy* en Londres o *Mr. Hoffman* en Madrid, se convirtió en uno de los variados dispositivos comunicacionales que invadieron el espacio público de Buenos Aires desde el año 2000⁴, de la mano de grupos en su mayor parte, ajenos al campo del arte.

El presente artículo se basa en una investigación que circunscribe el análisis de los *stencils* dentro de los denominados estudios visuales, en tanto se propone analizar el fenómeno de la proliferación de *stencils* callejeros durante el período 2000-2007 en la ciudad de Buenos Aires. La realización de este tipo de manifestación va a ser conceptualizada como una práctica de producción de imágenes con particulares modalidades de tecnologización, mediatización y socialización en el contexto sociocultural de la globalización⁵. A su vez, se centrará en el caso específico de los *stencils* producidos por lo que podría denominarse la “segunda generación de stencileros”: grupos de jóvenes mayoritariamente vinculados al diseño gráfico y a la publicidad, que confeccionan y reproducen sus plantillas en constante conexión con otros grupos de otras ciudades a través de Internet.

Así, parte de la estrategia comunicativa de estos colectivos estará al servicio de transmitir ciertas reivindicaciones locales, las cuales serán captadas y retroalimentadas a través de las redes de comunicación informal que posibilita Internet. En este sentido, su práctica estará determinada por la condición de pertenecer a una “ciudad global”; es decir que son manifestaciones caracterizadas por su inserción en un espacio de poder funcionalmente vinculado a las operaciones económicas transnacionales y articuladas en una red de ciudades que “quiebra en parte la antigua división entre Norte y Sur en tanto construye una geografía de la centralidad que incluye importantes ciudades del Sur, aunque su ubicación en la jerarquía global sea modesta” (Sassen, 2007:36).

De modo que el estudio del fenómeno de la aparición de *stencils* callejeros en el 2000 en Buenos Aires forma parte de dos procesos simultáneos. En el ámbito local, con la crisis de representación política que tuvo como consecuencia la multiplicación de espacios políticos nuevos e inéditos, lo que implicó la reactualización de la concepción tradicional de la representación en el arte y la política. A su vez, nivel global, esta tendencia se manifiesta como una forma experimental de auto-organización, la cual nace de la necesidad de generar “prácticas constituyentes y no representacionistas”, planteada por los grupos anti-globalización (Goethe Institut, 2003). Por otra parte, dado el carácter contrahegemónico que subyace en los diseños de los *stencils* que circulan en igual medida por las calles de las ciudades que por los sitios web, se reflexionará sobre los alcances y límites del poder opositivo y utópico de estas manifestaciones, en relación a las posibilidades de desarrollo de una “nueva política”, tal como lo plantea Sassen, a partir de la creación de dispositivos que facilitan “la presencia” social de los actores marginales, por fuera de las estructuras políticas formales (Sassen, 2007: 63). Para ello, se remitirá al lugar que ocupan los productores de *stencils* en la estructura social, contemplando la dinámica de surgimiento de las dos caras de la nueva clase global: los empresarios y empleados de las transnacionales, por un lado; y los inmigrantes ilegales y cyber-activistas, por otro.

2. Los productores. En busca de la eficacia comunicativa

Tal como se ha señalado, este estudio se centrará en la segunda generación de productores de *stencils*, quienes comienzan a operar en Buenos Aires con mayor asiduidad a partir del año 2000. En efecto, cabe discriminar a esta segunda generación de sus predecesores en base a su origen, su posición en el campo cultural, sus objetivos estético-políticos y las características del modo de producción utilizado.

Durante las décadas anteriores al estallido de esta práctica en Argentina, es posible divisar ante-

cedentes, o la apropiación esporádica de la técnica del *stencil* por parte de grupos pertenecientes al campo artístico de ciudades como Buenos Aires y Rosario. Tal es el caso del “Siluetazo”, acción inicialmente ideada para participar en los premios de la Fundación Esso, pero que debido a su carácter –es la primera evocación plástica de los desaparecidos de la última dictadura argentina–, es realizada en las calles, en el contexto de la Tercera Marcha de la Resistencia (1983). Cabe citar también al Grupo GAS-TAR, el cual realiza *stencils* con la leyenda “no a la amnistía” durante la Cuarta Marcha de la Resistencia de las Madres de Plaza de Mayo (1984), en el marco de las denominadas “acciones estéticas de praxis política”. Durante los ochenta, Carlos Filomía interviene las calles recortando un ojo de un afiche publicitario, reproduciéndolo y pegándolo en distintos lugares públicos (Fundación Osde, 2006).

Hacia inicios de los años noventa, el grupo ARDETROY cubre la ciudad de Buenos Aires con su nombre. Más adelante, pueden citarse los *stencils* políticos del colectivo “Por el Ojo”, y la serie de *stencils* a domicilio que realizaba Ral Veroni, o sus intervenciones de afiches pre-electorales con “prótesis anatómicas gráficas”, como se señala en Indij (2004:13).

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

Es necesario aclarar que las intervenciones callejeras de los colectivos de arte no cesan durante los años posteriores al 2000, sino que conviven con la emergencia de la práctica general del *stencil* por parte de individuos que no se autodefinen como artistas. En efecto, pueden citarse algunas intervenciones callejeras realizadas por agentes ya insertos en el campo del arte, como la instalación “Columna Vertebral” (2001), de Eduardo Molinari, realizada en las escalinatas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, el mismo edificio donde funcionó la Fundación Eva Perón (Goethe Institut, 2002: 28). También, la performance *Invasión* (2001), del GAC -Grupo de Arte Callejero-, realizada el 19 de diciembre, sólo horas antes del comienzo del saqueo y de las manifestaciones populares que precipitaron la finalización del gobierno de Fernando De la Rúa (Goethe Institut, 2002:26). Hacia el mismo año, el artista Fernando Traverso estampó 350 bicicletas en tamaño natural en la ciudad de Rosario, lo que le valió en el 2003 el Primer Premio del LVII Salón Nacional de la misma ciudad (Indij, 2004:30). Cabe mencionar otros grupos de arte político callejero, presentes también en la escena urbana de los primeros años del 2000, como ETC -el Colectivo del Etcétera- y Periferia (UNGS. Guerin & Azás, 2007). Los rasgos que permiten distinguir a la generación de stencileros aquí estudiada de la actividad de los colectivos de arte mencionados son, la pertenencia de los primeros a los circuitos de la publicidad y el consumo masivo; y la restricción de su actividad exclusivamente a la técnica del *stencil* –no realizan acciones de arte, ni performances, ni instalaciones, como sí lo hacen los grupos de arte callejero–. Su actividad tampoco está dirigida por manifiestos de ningún tipo ni prefigurada por un proyecto de obra, sino que se desarrolla como una práctica espontánea.⁶ Sin

embargo, ésta se encuentra investida por una serie de premisas implícitas de carácter utópico, como las apelaciones a cambiar el mundo a través de la participación directa en la realidad (Guerín & Azás, 2007).⁷ Asimismo, el modo de producción de esta generación de stencileros va a estar fuertemente influenciada por Internet. Durante los primeros años de auge, el intercambio de diseños y la copia son casi automáticos, y el espacio para la reflexión sobre la propia práctica, o sobre la originalidad, es secundario. Se reproducen así imágenes acuñadas en otras ciudades, como es el caso del *stencil* “capitalismo”, que fue traducido y aplicado en distintos lugares del mundo [Ver Fuente de la Figura 1 en pg. 96].

El hecho de que la actividad de los stencileros no esté dirigida en los primeros años del 2000 por un manifiesto, como sí lo está la práctica de los colectivos de arte político, no impide que estos grupos sean considerados como “formaciones”, en el sentido que define Williams (1982: 31), es decir, teniendo en cuenta “las relaciones variables en las que los productores culturales se organizan a sí mismos”. Esto implica que su actividad estará reglada por una estructura común de invariantes discursivas y metadiscursivas que reemplazan al manifiesto de los grupos de arte (Parajón & Enz, 2007), la cual se hace visible en las apelaciones al “terrorismo poético” de Hakim Bey (Indij, 2004:32); o en las vinculaciones que estos grupos establecen con la acción subversiva de los hackers. Así, en la página web de la organización “The Eyebeam Openlab” se señala que “la calle y la Net están llenas de oportunidades para que los individuos alteren el funcionamiento del sistema”.⁸

De modo que la actividad de los grupos stencileros se asume como una práctica cultural contrahegemónica. Traducen reivindicaciones políticas [Ver Fuente de la Figura 2 en pg. 96], raciales [Ver Fuente de la Figura 3 en pg. 96], de género [Ver Fuente de la Figura 4 en pg. 96] y ambientales [Ver Fuente de la Figura 5 en pg. 96]; todas locales, pero que rápidamente pueden re-territorializarse, dado el carácter semejante de ciertas realidades nacionales, que permite convertir estas causas en asuntos globales. La rápida visualización y copia de las plantillas de *stencils*, facilitada por Internet, se puede verificar en las variantes de sobre un mismo motivo que circulan en diversas ciudades del mundo adaptándose a las distintas realidades [Ver Fuente de las Figuras 6 y 7 en pg. 96].

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

De esta forma, Amsterdam, Londres, Roma, Nueva York, Santiago, Bogotá... pero también Popayán, Chiapas... Mar del Plata, Bariloche, Rosario, Córdoba, Bahía Blanca, son ciudades que tienen en común la práctica del *stencil* y que están interconectadas sin necesidad de mediaciones con respecto a un centro particular.⁹ Este conjunto urbano variable configura una geografía transfronteriza específica que trastoca los criterios usuales de centralidad/marginalidad; norte/sur.¹⁰ Los hacedores de *stencils* gestionan de este modo una comunicación horizontal global, en la que en algunas ocasiones, mediatizan las voces de ciertos actores sociales marginados y afectados

por los procesos de globalización económica –inmigrantes ilegales, ecologistas, pueblos aborígenes– [Ver Fuente de la Figura 8 en pg. 96]; al tiempo que expresan manifestaciones en contra de la violencia policial [Ver Fuente de la Figura 9 en pg. 96], las dictaduras latinoamericanas [Ver Fuente de la Figura 7 en pg. 96], el imperialismo y la sociedad de consumo [Ver Fuente de la Figura 10 en pg. 96], la invasión de Irak [Ver Fuente de la Figura 11 en pg. 96], etc. De este modo, ciertos discursos que canalizan las demandas de los grupos desfavorecidos de la sociedad civil circulan en las ciudades al tiempo que rebasan el ámbito de lo local.

2.1. Ludditas del Siglo XXI

La vinculación que tienen los grupos productores de *stencils* estudiados aquí con la cultura visual está en gran medida hegemonizada por las carreras de Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Imagen y Sonido y Diseño Textil y de Indumentaria de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, dependiente de la Universidad de Buenos Aires.¹¹ La mayoría proviene de este ámbito, lo cual resulta un dato significativo. Las facultades públicas latinoamericanas, hoy hipertrofiadas, envejecidas y económicamente asfixiadas son, como describe Juan Villoro, “gigantescas salas de espera donde se entretiene a los jóvenes para que no se conviertan en factor de conflicto social” (García Canclini, 2001: 26). Las perspectivas a futuro de esta generación de universitarios no son alentadoras; frustrados antes del comienzo, las opciones son, o bien emigrar y trabajar en puestos secundarios en los servicios del primer mundo, o volverse técnicos de las transnacionales que controlan la producción y el comercio del propio país.

Justamente, parte de los promotores del *stencil* callejero dedican su tiempo productivo a las multinacionales publicitarias. Tal es el caso de los diseñadores de Punga, grupo que creó la gráfica en Argentina de los comerciales de Coca-Cola y Gancia. A su vez, los integrantes de Doma, también se desempeñan en una filial local de una mega-publicitaria. Así, gran parte de los productores de *stencils* se ven empleados durante el día reproduciendo las prácticas funcionales a la economía y el control global. Pertenecientes al complejo de servicios corporativos, más específicamente como trabajadores de las agencias de publicidad, se ocupan de traducir a los códigos locales las improntas publicitarias de las transnacionales, a fin de lograr la inserción comercial adecuada en el nicho argentino.

Tampoco se puede soslayar la presencia de jóvenes vinculados al arte, el punk rock y a la cultura “indie”.¹² Si los diseñadores confieren al *stencil* la técnica; los artistas aportan la cultura del “hacelo vos mismo”, a partir de la cual en Buenos Aires se reproducen diversos productos culturales que no están insertos en el espacio de edición y circulación del gran capital. Documentales, cortometrajes, discos, ropa, objetos de diseño, libros y fanzines recorren este circuito alternativo que, en palabras de Williams (1980: 146), representa las “áreas de la experiencia, la aspiración y el logro humanos que la cultura dominante rechaza, minusvalora, contradice, reprime o incluso es incapaz de reconocer”. Tal como lo caracteriza este autor, los procesos culturales cambian continuamente, de modo que parte de lo que en un momento dado es considerado un fenómeno emergente, puede ser transformado en residual tamizado por una tradición selectiva mediante. La “cultura indie” y el circuito del arte son usinas de creación, de las cuales la industria de la cultura se nutre habitualmente. En los últimos años, una versión de la “cultura independiente” se ha transformado en mercancía asimilada, activamente residual al

sistema. Sin embargo, no hay que olvidar que otra parte de la misma cultura puede permanecer, al mismo tiempo, como residual - opositiva.

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

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

Puede decirse entonces que estos grupos de clase media se expresan desde su participación en la gran contradicción de la globalización económica, la cual polariza las alternativas de trabajo en puestos muy mal, y muy bien retribuidos.

Se configura así una práctica de resistencia al imperialismo mediático no programática, autogestionada y con los medios prácticos a su disposición, cuyas características formales se examinarán más adelante.

2.2. Topografías del poder

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

Este espacio materializa las contradicciones a nivel arquitectónico; prevé y adjudica zonas para la sobrevaloración del capital empresarial por un lado, y para la subvaloración y exclusión de otros. Así, la city financiera convive con zonas urbanas deprimidas y cordones marginales. Sin embargo, las contradicciones escapan a la planificación una vez más. Los mega-edificios, ámbitos diseñados para ser sede de negocios millonarios, son los que al mismo tiempo, con sus explanadas inmensas y abiertas, funcionan como refugio nocturno de los indigentes.

En este mapa, se despliega una lucha simbólica por ganar el espacio público, consigna que se manifiesta explícitamente con la leyenda “las calles son nuestras” [Ver Fuente de la Figura 12 en pg. 96]. El desborde de *stencils* en las paredes de las ciudades no es más que el reflujo de las contradicciones que revela una vez más la imposibilidad de las utopías urbanistas. Lo que no se quiere ver, lo que debe permanecer callado, reaparece pintado en las paredes. En este sentido, los

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

3. Las imágenes. Artefactos semánticos

Técnicamente, el *stencil* es una plantilla recortada, construida con radiografías o acetatos, que permite, previa imposición sobre un muro, aplicarle una capa de pintura en aerosol, para luego retirar la plantilla y dejar presente la imagen. Esta es una tecnología de bajos recursos para la que, sin embargo, es necesario un saber específico, porque la tarea de resolver una síntesis formal legible implica una etapa previa proyectual, considerando las limitaciones del medio en el que sólo se pueden generar imágenes en alto contraste. En los casos más elaborados, se crean piezas a dos y tres colores que implican la misma cantidad de plantillas, con registro a manera de capas. Por lo tanto, el *stencil*, como signo visualmente potente, una tarea que requiere cierto grado de calificación.¹³

Por otra parte, la vinculación con Internet es una característica indisoluble del modo de producción de *stencils*. Los diseños son tomados de la red y plasmados así en diversas ciudades del mundo, hasta el punto de indiferenciar las instancias de creación y reproducción. Los diseños que exaltan consignas sociales, reivindicaciones locales o ídolos mediáticos son tomados de la red desde cualquier ciudad, aplicados, modificados y vueltos a subir a Internet, generándose una reapropiación de los tópicos de la cultura mediática global, de carácter especular, ilimitada y horizontal, en la medida en que no existen condiciones materiales que predeterminen un centro y una periferia.¹⁴

No obstante esta condición global, el *stencil* consolida su especificidad semántica en la relación con el contexto donde es aplicado. Es un signo que adquiere su sentido en la relación con los mensajes aleatorios, con la significación de la arquitectura que lo soporta y con el bagaje cultural de los transeúntes que por allí circulan.¹⁵ No se pueden leer de la misma forma los *stencils* “anti-Bush” aplicados sobre un muro abandonado, que sobre la pared de la embajada norteamericana. Desde el punto de vista de la teoría de la representación, los últimos alcanzan un grado de transparencia mayor que los primeros, al convertir a las paredes donde fueron aplicados en parte constitutiva de la obra. Allí la imagen devela con más fuerza su historicidad, representa inequívocamente el mensaje que produce.

3.1. Un museo mutante

En algunos casos, el mensaje es claro e inequívoco; pero en otros, los *stencils* funcionan como reservas ampliamente polisémicas de signos icónicos. Esto se relaciona con la función otorgada a la técnica del *stencil* por los diferentes grupos, la cual ha variado dentro del período 2000-2007. En

los primeros años de auge del *stencil* en la ciudad de Buenos Aires se verifica la preponderancia a utilizar la técnica para fines informativos, comunicativos y de protesta frente una realidad política conflictiva. Esto sucede también a nivel mundial en ocasión de la invasión de Estados Unidos a Irak, con la explosión de diseños anti-Bush. Sin embargo, esta tendencia cede a lo largo de los años en favor de un uso experimental del soporte, con una mayor opacidad representativa [Ver Fuente de la Figura 13 en pg. 96]. Podría argumentarse que en épocas de crisis de legitimidad política, la estrategia comunicativa del *stencil* se basa en la eficacia para transmitir un mensaje claro, en su transparencia. En cambio, cuando el escenario social y político alcanza cierta estabilidad, este dispositivo es volcado a la experimentación formal, con la consecuente opacidad del mensaje. El repertorio de procedimientos retóricos que incluyen los *stencils* es variado. La repetición es el más evidente. El resultado son obras producidas por la técnica del diseño, que aplicadas individualmente son íconos, pero que impresas y yuxtapuestas en conjunto conforman murales donde se visualizan pequeños relatos sobre un fondo abstracto [Ver Fuente de la Figura 14 en pg. 96]. Otro recurso muy utilizado es la ironía. Tal es el caso del *stencil* “Disney War” que representa a Bush hijo con las orejas de Mickey Mouse [Ver Fuente de la Figura 2 en pg. 96]. Esta figura retórica se agrupa alrededor del chiste; como una forma que asume el regreso de lo negado, de lo no dicho, de lo eliminado: economía y condensaciones verbales, doble sentido y contrasentido, traslados y aliteraciones.

En esta dirección se hace visible la parodia que encuentra en la nostalgia norteamericana hacia los años ‘50 un motivo recurrente. El sueño edulcorado de estabilidad y prosperidad, la inocencia naíf de una sociedad de consumo que esconde sus garras, es ridiculizado. Un *stencil* presenta la leyenda “American Style” y sobre ésta el dibujo de una joven de los años ‘50 jugando al bowling con una dinamita encendida [Ver Fuente de la Figura 11 en pg. 96].

Así, estos dibujos hablan a través de la construcción de frases propias con un vocabulario y una sintaxis recibidos (de Certeau, 1996), es decir, a través de la apropiación de las imágenes del “star system” para actualizarlas, para imprimirles una significación particular y restablecerlas dentro de otro tipo de contrato comunicacional.

La copia y la representación a escala real de distintos objetos también es algo frecuente en la práctica experimental del *stencil*. Ejemplos de ello son las 350 bicicletas en tamaño natural que Fernando Traverso estampó en el 2001 en la ciudad de Rosario; o la representación que realiza Mr. Hofmann de una figura humana realizando un *stencil* en perspectiva, generando la ilusión de su presencia [Ver Fuente de la Figura 15 en pg. 96].¹⁶

Pero cuando la copia se hace acriticamente y en referencia a productos culturales del pasado, cuando no existe intención de parodia, recibe el nombre de “pastiche”. Fredric Jameson traslada este término proveniente de las bellas artes hacia los productos de la industria cultural. Así, los soldados de La Guerra de las Galaxias, los muñequitos PlayMobil, el Chavo, Don Ramón, y juguetes de los ‘70 son reproducidos en las estampas, que manifiestan un acercamiento nostálgico a una época anterior.

Es que el repertorio temático engloba a tanto al pop art -citas a la pieza “128 die in jet” o a la tapa del disco de Velvet Underground, producido por Warhol-; al surrealismo -la representación de una pipa, con la leyenda “pared”-; como también y mayoritariamente, a los personajes del universo mediático. Meteoro, Arnold de la serie Blanco y Negro, Don Corleone del Padrino, Mario Baracus de la serie Brigada A, Freddy Krueger, el protagonista de La Naranja Mecánica, Ringo Bonavena, Sid Vicious, Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Yoda, Darth Vader, Dr. Spock,

ET, Lennon, Jim Morrison, Jimi Hendrix, Bob Marley, Lou Reed, los Ramones, el Che Guevara, Diego Maradona, el cómico argentino Alberto Olmedo son habitualmente retratados.

Aparece entonces en la ciudad un museo viviente, ambulante, mutante que proyecta fragmentos del universo mediático, la contracultura de los '60 y '70 y la actualidad política en las paredes a modo de palimpsesto. Es que esta práctica requiere una doble tenacidad por parte de sus hacedores, no sólo por la limpieza y reimpresión constante, sino por una ética de la tenacidad: la búsqueda de maneras de rehusar la condición de sentido absoluto al orden construido.

4. Más allá de las imágenes

¿Pero hasta qué punto los *stencils* son manifestaciones críticas y no meras expresiones afirmativas? Para Theodor Adorno (1971), sólo el arte, a través del lenguaje formal, podía ejercer una “crítica muda”. El valor positivo de una obra de arte estaba basado en su resistencia a la mercantilización, en contrapartida a las banalidades de la industria capitalista. Sin embargo, la imposición de este único criterio para definir lo que es “arte”, y en consecuencia, lo que es realmente positivo, vuelve exiguo al campo de investigación, al tiempo que hoy ya no se verifican, ni siquiera dentro del campo del arte propiamente dicho, ejemplos de completa autonomía.

Teniendo en cuenta que la cultura posmoderna de la globalización capitalista es una cultura de la imagen; “una cultura que deriva del predominio cotidiano de lo visual en las formas de percibir el mundo y de interactuar con él” (Richard, 2006: 103), se vislumbra un enorme cúmulo de imágenes, en el que se juegan pequeñas batallas por la lucha del sentido diariamente, más allá de su pertenencia o no al sistema de mercantilización. Luchas de poder que pueden vislumbrarse en el terreno de las prácticas: del consumo (García Canclini, 2001), de las reapropiaciones y escamoteos (de Certeau, 1996) o de la utilización de los medios electrónicos con fines activistas (Sassen, 2007). A partir del proceso de globalización, aparecen así nuevas formas de generación de redes, de identidades y de confrontaciones que cuestionan los pronósticos de homogeneización cultural. García Canclini y Sassen le atribuyen, uno al consumidor, y otro al sujeto despojado de los medios de producción, un rol activo; le conceden cierta posibilidad de acción y la capacidad de atribuirse una presencia en el escenario determinado por las grandes corporaciones. De Certeau fue el primero en observar las pequeñas prácticas del “desvío”, que hicieron a los sujetos menos pasivos y obedientes de lo que se pensaba.

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

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

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

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

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

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

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

5. Conclusiones. ¿Nuevas utopías del espacio?

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

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

En la recopilación que realiza Guido Indij de los *stencils* de la ciudad de Buenos Aires, relaciona esta práctica visual con un texto de Hakim Bey¹⁷ fechado en 1984 sobre el “terrorismo poético”, donde el escritor impulsa a realizar acciones insólitas en lugares públicos. Entre ellas, menciona el “arte del graffiti” (Indij, 2004:32). Aunque entre los productores de *stencils* parece hoy reinar más el descreimiento que el impulso utópico de Hakim Bey, entre ellos resuena cierto espíritu crítico hacia las condiciones sociales, políticas y culturales actuales, cierto impulso por cambiar el mundo, y en los casos más radicales, aflora la memoria de la guerrilla armada [Ver Fuente de

la Figura 16 en pg. 96].

En este sentido, los *stencils* operan como una crítica utópica. Muestran el reverso de la institución presente, se constituyen como “el otro de la sociedad real”, en palabras de Marin (1994). Juegan con lo alterativo de la imagen, irrumpen en el orden habitual para disparar el mecanismo de la imaginación, para crear nuevas imágenes del mundo y de ellos mismos, es decir, forjar nuevas identidades con el vocabulario provisto por el universo de los medios de comunicación de masas. Citando a Appadurai:

...el trabajo de la imaginación, [...] no es ni puramente emancipatorio ni enteramente disciplinado, sino que, en definitiva, es un espacio de disputas y negociaciones simbólicas mediante el que los individuos y los grupos buscan anexar lo global a sus propias prácticas de lo moderno (2001:20).

La imaginación da cauce a lo nuevo, entendida como propiedad de colectivos, como postura activa, y no como evasión.

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

Si en las ciudades globales se materializan las contradicciones de la globalización económica, tal vez, como afirma Sassen, éstas sean uno de los espacios más estratégicos para la formación de nuevos tipos de identidades y comunidades, locales y transnacionales, con una fuerte carga de reivindicaciones políticas y con un concepto nuevo de ciudadanía. El fenómeno global de los *stencils*, entonces, al tiempo que nace organizado en una red informal transnacional que no necesariamente depende de un centro; es también la manifestación de las contradicciones este orden global, es una de las formas, aunque precaria y asistemática, en que los discursos de los actores sociales marginados adquieren cierta presencia, por fuera de las estructuras políticas formales y de los grandes medios de comunicación.

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

Notas

1. El presente artículo de reflexión constituye una síntesis de investigación realizada en el marco de la asignatura “Cultura y Sociedad”, de la Maestría en Historia del Arte Argentino y Latinoamericano, del Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES) - Universidad de San Martín, Bue-

nos Aires, Argentina. El análisis, de naturaleza ensayística, se basa asimismo en investigaciones de campo preexistentes y en la recopilación de un corpus de imágenes por parte de la autora, durante mayo de 2006 y abril de 2007. La versión completa de la investigación fue publicada en “Intervenciones urbanas en la ciudad global. El caso del stencil en Buenos Aires (2000-2007)”, Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Manizales, Doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud del Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales y el Cinde, vol. 7, núm. 1, (enero-junio), 2009, pp. 355-374.

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

3. Resulta ilustrativo el caso de Oscar Brahim, quien desde 1998 comenzó a intervenir afiches publicitarios. En el 2001 su actividad alcanzó tal relevancia en el campo cultural que fue becado por el Programa de Cooperación y Confrontación entre Artistas –TRAMA- (Goethe Institut, 2002, p. 36).

4. En *Apuntes para una historia del stencil*, se fija el año 2000 como momento de explosión del *stencil* en la Ciudad de Buenos Aires (Indij, 2004, p.10).

5. Para la realización de la investigación se han retomado los testimonios recopilados en el trabajo de campo de Jajamovich & Ayarza (2006) y los vertidos por los productores de *stencils* en diversas entrevistas periodísticas. A su vez, se ha generado un corpus de imágenes conformado por dos fuentes: distintos sitios de Internet, para el caso de las imágenes globales; y fotografías que ha tomado la autora de este trabajo durante los años 2006 y 2007 en la ciudad de Buenos Aires.

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

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

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

9. Ganz (2004) realiza un pormenorizado racconto de la producción global de *stencils*, allí pueden citarse en México a Acamonchi; en Sao Paulo a Herbert; en Nueva York a Stain y So-cout; en Madrid a Dier, Dr. Hofmann, Einsamkeit, Pisa 73, Thuner; en Bristol a Nick Walker; en Melbourne a Burncrew. En el caso de los *stencils* en la ciudad de Buenos Aires, Indij (2004) realiza la primera recopilación editada.

10. Esta nueva división está fundada en el incremento de la desigualdad con respecto a la concentración de recursos y actividades estratégicas entre cada una de esas ciudades y las demás ciudades del mismo país (Sassen, 2007). Si bien el concepto de “ciudad global” de Sassen está referido directamente a la infraestructura y capacidades necesarias para la gestión de las operaciones internacionales de las empresas y de los mercados globales, es posible, en el ámbito cultural, vislumbrar otros “centros” en donde se desarrolla una cultura o contracultura global, que no necesariamente coinciden con las sedes económicas y administrativas del capital internacional. Es el caso de las pequeñas localidades como Bahía Blanca o Chiapas, en donde también se han registrado *stencils*.

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

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

13. Cfr Wolkowicz (2006), quien realiza un panorama general de los aspectos formales del *stencil*.

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

15. Integrantes del grupo Fase comentan que prefieren realizar *stencils* en la Facultad de Arquitectura de la UBA, donde “es interesante lo que pasa con las personas que concurren porque están vinculadas profesionalmente con lo nuestro”. Miguel F., por su parte, dice que “ahora estamos por ir a La Boca a pintar unas cosas más autóctonas, más argentinas; unos Gardel y unos Maradonas... Bueno, por ejemplo ahora vamos a ir a esos lugares porque son turísticos, y bueno (...) la gente valora más lo que hacemos, ¿viste? la gente que está en el tema de arte, y esas

cosas, gente que viaja”. Y más adelante: “pinté diseñadores, la cara de Carolina Herrera... eso no es un mensaje para cualquiera. Para la gente que está en moda. Cualquiera no va a identificar la cara. Entendés, yo quise dar un mensaje para la gente que está en moda, le puse en vez de fuck you, fuckshion, tenía fuckshion por todos lados; yo vivo de eso también, entendés, es como un mensaje que yo quise tirar, y nada, salió (...) ese lo tengo todo pintado acá en la Avenida Córdoba, en los pedacitos que quedan en los locales de ropa, ahí los pinté. Pero como para dar un mensaje para esa gente, se mueven muchos diseñadores, de moda, y esa gente sí lo va a identificar.” (Jajamovich & Ayarza, 2006).

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

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

Referencias Bibliográficas

- Adorno, T. W. (1971). *Teoría estética*. Madrid: Taurus.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Trilce - FCE.
- Body-Gendrot, S. (1999). *Economic globalization and urban unrest*. Londres: Blackwell.
- Brea, J. L. (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Chartier, R. (1996). *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin*. Buenos Aires: Manantial.
- de Certeau, M. (1999). *La cultura en plural*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- Fundación Osde. (2006). *Cuerpo y Materia. Arte Argentino entre 1976 y 1985*. Buenos Aires.
- Ganz, N. (2004). *Graffiti. Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Goethe Institut. (2003). *Trama 2002. Imágenes, relatos y utopías*. Buenos Aires.
- (2002). *Trama 2001. La sociedad imaginada desde el arte contemporáneo*. Buenos Aires.
- Guerín, A. I. & Azás, M. L. (2007). Las representaciones alternativas de los problemas sociales en el espacio público: arte político callejero. En Universidad de General Sarmiento, (Ed.), *Comunicación y Espacio Público. IV Jornadas Anuales de Investigación en Comunicación*. Buenos Aires: Instituto del Desarrollo Humano.
- Indij, G. (2004). *Hasta la victoria, stencil!*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Jameson, F. (1999). *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*. Buenos Aires: Manantial.

- (1998). *Teoría de la Postmodernidad*. Madrid: Trotta.
- Kozak, C. (2004). *Contra la pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- Parajón, M. E. Enz, A. (2007). La ciudad intervenida. Lecturas críticas sobre el fenómeno de las intervenciones urbanas. En Universidad de General Sarmiento, (Ed.), *Comunicación y Espacio Público. IV Jornadas Anuales de Investigación en Comunicación*. Buenos Aires: Instituto del Desarrollo Humano.
- Richard, N. (2006). Estudios visuales y políticas de la mirada. En FLACSO, *Educación la mirada* (pp. 97-109). Buenos Aires: Manantial.
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Williams, R. (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.
- Williams, R. (1982). *Cultura, sociología de la comunicación y del arte*. Barcelona: Paidós.

Recursos Electrónicos

- Altabás, D. (2005). Stencils BA. *Newton Las Pelotas* [Revista virtual]. Consultado el 30 de abril de 2006 en el URL <http://newtonlaspelotas.net/mambo/content/view/26/69/>
- Barrella, S. (2001). Grupo Doma: agitación visual para tus ojos cansados [Versión electrónica]. *Revista Ñ. Clarín*. Consultado el 27 de mayo de 2006 en el URL <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2001/05/27/u-01202.htm>
- Bs. As. Stncl. (2002). *Bs. As. Stncl. Historia*. Consultado el 16 de mayo de 2006 en el URL <http://www.bsasstencil.com.ar/>
- Goethe Institut. (2003). *La normalidad. Buenos Aires 2003. La crisis de la representación*. Consultado el 15 de mayo de 2006 en el URL <http://www.exargentina.org/antiores-buenosaires1.html>
- Jajamovich, G. & Ayarza, M. S. (2006). Arte y ciudad: los stencils en Buenos Aires. *Wokitoki* [Revista virtual]. Consultado el 24 de abril de 2006 en el URL http://www.wokitoki.com.ar/articulos/contemporaneos/arte_y_ciudad_los_stencils_en_buenos_aires.html
- Marin, L. (1994). Tesis sobre la ideología y la utopía [Versión electrónica]. *Criterios* (La Habana), n. 32, pp. 91-97. Consultado el 30 de enero de 2006 en el URL www.criterios.es/pdf/marintesisideo.pdf
- Pérez Bergliaffa, M. (2004). Stencils: el heredero del graffiti [Versión electrónica]. *Clarín*. Consultado el 27 de mayo de 2006 en el URL <http://www.clarin.com/diario/2004/06/20/sociedad/s-04201.htm>
- Seidl, B. (2005). RDW es arte, es diseño, es caos y es un juego a la vez. *Velvet Rockmine* [Revista virtual]. Consultado el 30 de mayo de 2006 en el URL http://www.velvetrockmine.com.ar/interviews/run_dont_walk/index.php
- Soto, M. (2005). Las paredes hablan [Versión electrónica]. *Página/12*. Consultado el 30 de mayo de 2006 en el URL <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2005-02-13.html>
- Urquiza, M. (2001). Domádrómo [Versión electrónica]. *Página/12*. Consultado el 30 de mayo de 2006 en el URL <http://www.pagina12.com.ar/2001/suple/No/01-12/01-12-13/NOTA3.HTM>
- Wolkowicz, D. (2006). El stencil en Buenos Aires. *Foroalfa* [Revista virtual]. Consultado el 30 de mayo de 2006 en el URL http://www.foroalfa.com/A.php/El_stencil_en_Buenos_Aires/26

Fuentes de las Figuras

Para poder consultar las imágenes mencionadas en el presente artículo, se deberá ingresar al link de la fuente correspondiente presentado a continuación.

- Figura 1.** El mismo motivo reproducido en diversas ciudades. De arriba, izquierda a derecha: Madison (Wisconsin, Estados Unidos); Hannover (Baja Sajonia, Alemania); Lübeck (Schleswig-Holstein, Alemania); Buenos Aires (Capital Federal, Argentina) y otra de Lübeck. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41245829_VKmfq
- Figura 2.** Fotografía de un stencil realizado por el grupo Bs.As.Stncl en la ciudad de Buenos Aires, 2001. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41245947_UceWP
- Figura 3.** Stencil del grupo Vomito Attack, Buenos Aires, 2004. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41245969_u20Pw
- Figura 4.** Stencil realizado por Banksy en las calles de Londres, 2004. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246066_ECEl6
- Figura 5.** Stencil encontrado en la ciudad de San Luis, Argentina. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246068_QXPvp
- Figura 6.** Stencil realizado por el colectivo Chicha Rocko en México DF. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246063_NOcgo
- Figura 7.** Una variante del stencil anti-Bush encontrada en las calles de Santiago de Chile, 2006. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246074_VNgXX
- Figura 8.** Stencil encontrado en la ciudad de Buenos Aires. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246071_pSe06
- Figura 9.** Fotografía tomada por la autora en la zona céntrica de Buenos Aires. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246077_Fa7LI
- Figura 10.** Stencil encontrado en Popayan, Colombia. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246080_BCfSS
- Figura 11.** Stencil realizado por el grupo Bs.As.Stencil en Buenos Aires, 2001. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246084_60GKj
- Figura 12.** Stencil encontrado en Buenos Aires, 2005. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246088_tXtoD
- Figura 13.** Panel realizado por el colectivo Burzaco Stencil para la muestra “Así dicen las paredes”, en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo – UBA-, Pabellón 3, Ciudad Universitaria. Julio 2006. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246092_a5Ybc
- Figura 14.** Muro intervenido por stencils en Buenos Aires, Av. Rivadavia y Paraná, 2006. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246096_a9Kxc
- Figura 15.** Stencil encontrado en la zona céntrica de Buenos Aires, basado en la plantilla de Dr. Hofmann (Madrid), 2006. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246099_loIPp
- Figura 16.** Stencil del grupo Vomito Attack, Buenos Aires, 2006. Ver imagen en: URL: https://polvoraenchimangos.opendrive.com/files?41246105_PXPaX

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

Key words: art - global cities - globalization - Sassen - stencil - urban interventions - utopia.

Resumo: O presente documento analisa o fenómeno da proliferação de rua stencils como um dos aspectos culturais de todo o processo de globalização, enquanto o acesso à Internet é crucial para o modo de produção e circulação dessas imagens. Através da Web, grupos produzir stencils horizontais formam uma rede transfronteiriça de comunicação que interliga diversas cidades periféricas e centrais. Isso permite a integração ea presença global de atores e discursos que são considerados silenciados pelo predomínio dos meios de comunicação social e os esquemas políticos formais.

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