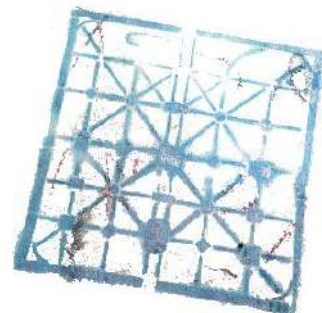


Tesis de Grado

La producción de sentido en el grafiti

La Plata, junio de 2012

Luciana Guillermina Jasa
Gisele Noelia Vallejos
Daiana Woloszczuk



Facultad de Periodismo y Comunicación Social |



RESUMEN.

Las ciudades presentan múltiples formas y ámbitos de comunicación. Las producciones de sentido del espacio público quizás sean de las más evidentes y comunes por su accesibilidad. El grafiti es una de estas variables comunicativas que puede ser abordada con las herramientas de análisis de la semiótica contemporánea.

Las técnicas de impresión aplicadas al grafiti, las palabras empleadas en las construcciones textuales, los íconos, símbolos y contextos de aparición fundan un universo co-creado por estas significaciones.

Cada modo y lugar de impresión se vincula en muchos casos con un tema. Cada recurso empleado para generar sentido con aerosol en paredes apela al conocimiento del mundo de ese lector que se está construyendo en esas pintadas. La finalidad de esta tesis es dar con esa escena general en la que convivimos los platenses en nuestros roles de vecinos, transeúntes y productores de sentido. Es por eso que en este nuevo universo también se pinta una ciudad de La Plata.



PALABRAS CLAVE.

- Grafiti | Semiótica | Ciudad de La Plata | Comunicación | Espacio público.

PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN.

- Comunicación, Prácticas Socioculturales y Subjetividad.
- FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
- LA PLATA, JUNIO DE 2012

TÍTULO.

- La producción de sentido del grafiti platense.

DIRECTOR DE TESIS.

- Lic. Gastón Cingolani.

ASESOR DE TESIS.

- Lic. Fernando Palazzolo.

ALUMNAS.

- **Luciana Guillermina Jasa.**
Legajo: 14195/6
Mail: lujasa@gmail.com | Tel.: 15 507 44 68 | Dirección: 21 n° 415, La Plata.
- **Gisele Noelia Vallejos.**
Legajo: 12548/3
Mail: ginova24@gmail.com | Tel.: 15 6524367 | Dirección: B° 19 de Febrero N° 123, La Plata.
- **Daiana Woloszczuk.**
Legajo: 14187/6
Mail: dau85@hotmail.com | Tel.: 15 6394863 | Dirección: 46 N° 1496 ½ e/ 24 y 25, La Plata.



ÍNDICE.

■ INTRODUCCIÓN.	5
■ MARCO TEÓRICO.	7
El grafiti como signo.	
■ METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.	12
■ EL GRAFITI.	14
Los inicios.	
■ LOS RECURSOS QUE UTILIZA EL GRAFITI.	19
El color.	
El humor.	
La intertextualidad.	
■ LA CIUDAD DE LA PLATA.	22
Un poco de historia.	
Ciudad administrativa.	
Patrimonio cultural.	
El espacio público.	
El barrio.	
La importancia deportiva en la ciudad.	
■ LO GEOGRÁFICO.	26
Deportivo.	
Político-Social.	
Personal.	
Propaganda Política.	
Casos emblemáticos: 7 y 50 / Ministerio de Economía.	
■ VIGENCIA MATERIAL Y ENUNCIATIVA.	31
Memoria y Justicia.	



Deportivo.

Político-Social.

Personal.

Propaganda Política.

■ REPETICIÓN. _____ 37

Deportivo: copar la ciudad.

Político-Social: el reclamo.

Personal.

Propaganda Política.

Modos.

La repetición y la memoria.

■ ENUNCIACIÓN. _____ 41

Deportivo.

Político-Social.

Personal.

Propaganda Política

■ JORGE JULIO LÓPEZ. _____ 46

La enunciación.

El tiempo y la vigencia.

■ SANDRA AYALA GAMBOA. _____ 52

Similitudes con el caso Julio López.

■ CONCLUSIÓN. _____ 56

■ BIBLIOGRAFÍA. _____ 58

■ ANEXO. _____ 59

Cuadro de análisis de muestra.



INTRODUCCIÓN.

El grafiti va de pared en pared y de boca en boca. Él, sus enunciados y sus rasgos. Entre los múltiples discursos que circulan en el espacio público nos resulta el más atractivo y ancestral. Lo entendemos como un medio de comunicación callejero que existe a condición de una superficie de apreciación pública que sea su soporte. Si bien puede verse impreso sobre diversos dispositivos, a los fines de nuestro proyecto atenderemos sólo al aerosol sobre la pared.

Asimismo, lo consideramos una práctica social: producto, resultado y patrimonio de la cultura popular.

Cuando este material queda estampado en un muro establece un rol comunicativo posible de ser analizado con las herramientas de la semiótica. Así, las imágenes, sus textos y formas pueden ser abordados científicamente.

Durante la historia de la comunicación humana, quizás el paso más significativo haya sido poder traducir la oralidad en un medio escrito. Desde allí, los enunciados han perdurado en el tiempo en papeles, piedras, paredes y demás soportes.

Los discursos sociales circulan en diversos medios y con técnicas de existencia múltiples. Para nosotras, el grafiti existe con una retórica y manifestación de las que es preciso dar cuenta.

Esta tesis es el resultado de una investigación en la que tres personas pusimos a prueba lo aprendido a lo largo de la carrera y la formación de nuestros intereses en el campo de la comunicación.

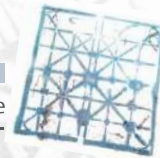
La cultura se manifiesta, la sociedad se hace visible en cada esquina de la ciudad, en cada aparato, en cada papel y en cada pared. El grafiti es un caso testigo de ello.

La recolección de los enunciados producidos y destinados por y para la sociedad es un material de interés comunicacional que puede abordarse desde varias perspectivas.

El recorrido de las calles, la fotografía de los grafitis de las paredes del casco urbano, la selección, clasificación, análisis y descripción de esas imágenes en interacción con su contexto, fue el proceso que tuvo por meta una aproximación al comportamiento de un medio de comunicación callejero que gana las calles y sorprende cada tanto al transeúnte urbano.

Queremos saber cómo se compone la situación comunicacional del grafiti en la ciudad. Seguimos la corriente que establece que el mundo se construye en el lenguaje que lo nombra, a partir de estas palabras daremos cuenta de la significación del grafiti en la ciudad inserto en el mundo de los signos semióticos. El estilo y la retórica distinguibles en el grafiti platense a partir de determinadas operaciones manifiestan una versión del mundo.

El recorte de nuestro análisis restringe la muestra a aquellas impresiones con aerosol en paredes del casco urbano en un momento histórico que nos es contemporáneo. La



selección contempla una dimensión técnica de soporte y material que da cuenta la visibilidad constante de la expresión.

Los conceptos de construcción, escena comunicacional y destinatario parten -para nuestro recorrido- de la semiótica. Los estudios en comunicación de este tipo dan cuenta de las manifestaciones de la cultura en los procesos comunicativos. La relevancia de la imagen en juego constante con las palabras, la ironía como recurso y demás rasgos de este medio, justifican el uso de esta disciplina para dar con un análisis complejo.

Las paredes platenses en su mayoría son portavoz de diversos discursos sociales donde nada es casual ni librado al azar. El trabajo de campo de recolección del material supuso romper con ciertos prejuicios y criterios preestablecidos. El trabajo inicial de observación y toma de grafitis supuso mucho más que eso. Las nociones que surgieron a priori debieron revisarse al intentar clasificar el corpus, comprendido por más de mil imágenes de grafitis.

Las variables a tener en cuenta para estudiar los grafitis fueron: lugar de emplazamiento (geográfico y simbólico), su temática, su lógica repetitiva, su técnica de impresión y construcción comunicacional.

De ahora en más nos proponemos describir el modo de comunicar del grafiti en toda la ciudad para poder entender, por ejemplo, su manera de convivir con el espacio público, sus recorridos y su manera de existir.

La recolección y análisis del universo de estudio resultó un trabajo complejo y exhaustivo. Por eso, esta tesis presenta un mapa contextual inicial desde donde pueden partir otras investigaciones minuciosas sobre cada uno de los fenómenos de los que pudimos dar cuenta a lo largo del proceso. Los siguientes capítulos abordan un modo de conocer y clasificar los grafitis platenses así como su modo de circular en la ciudad.



MARCO TEÓRICO.

El grafiti como signo.

El mundo de los signos en la vida cotidiana comenzó a estudiarse en diferentes partes del mundo entrado el siglo XX. Uno de sus exponentes principales es el norteamericano Charles Sanders Peirce, quien entiende en sus textos al signo en tanto tríada donde se juegan una serie de relaciones para dar, justamente, con su significación.

Concebimos a la comunicación como un proceso de producción de sentido que construye escenas significantes con recursos, retóricas y estrategias diversas.

La semiótica es para nosotras un teoría válida para el estudio de grafitis y sus herramientas un método de investigación.

Peirce entiende que el signo está en lugar de otra cosa que es su referente. De acuerdo en qué aspecto esté en lugar de su referente se dan las diferentes relaciones del signo y su objeto. Provoca en la mente del que lo percibe un signo equivalente o más desarrollado, llamado interpretante.

De acuerdo a lo expuesto por el autor, y siendo el grafiti un signo que requiere de una operación de mediación para ser interpretado, es que toma la forma de ícono, índice o símbolo, según sea el tipo de relación a la que apele. ¹ Sin embargo, consideramos que estas vinculaciones no son excluyentes unas de otras en el estudio de los grafitis, puesto que conviven en un mismo análisis de relaciones.

Siguiendo esta línea teórica, establecemos en nuestras unidades de observación las relaciones simbólicas como aquellas cuya fuerza está dada por la convención social o la ley; este es el claro caso del lenguaje. Allí donde impera la palabra más que otra cosa damos cuenta de este tipo de relación. Ejemplo: el grafiti a mano alzada.

La utilización de los signos lingüísticos como las letras y el elemento interrogativo arriban a la lectura común de quienes compartimos el mismo lenguaje.

Cuando esa relación está dada por semejanza a partir de ciertas cualidades análogas, estamos hablando de íconos. Habitualmente en el empleo de imágenes predomina en esta vinculación.

¹ PEIRCE, Charles Sanders. La ciencia de la semiótica. Buenos Aires, Nueva Visión, 1974. Pág. 59.

Aquí el estencil que forma la imagen de un hombre adulto con boina, deja de ser una simple imagen sin necesidad de explicar de quien se trata. El rostro de Jorge Julio López ha tomado relevancia y conocimiento público en los últimos años, luego de su desaparición en democracia y las implicancias del hecho, del que aún hoy no se tienen versiones oficiales.

La televisión, la prensa escrita y los dispositivos de comunicación institucional gubernamentales difundieron su fotografía ofreciendo una recompensa millonaria para quien aporte datos sobre su paradero.



Se solicita información acerca del paradero de:



JORGE JULIO LÓPEZ

77 años, 1,70 m de altura, ojos verdes, tez blanca, cabello corto canoso. Vestía jogging azul y sweater gris oscuro. Tiene cicatrices en el abdomen de distintas operaciones. Desapareció el domingo 17 de septiembre en la ciudad de La Plata.

Recompensa Pública
\$ 1.000.000

Cualquier información comunicarse al:
0-800-333-5502 o al **911**

Se asegura estricta reserva de identidad



Es decir, que su rostro circula por otros medios y soportes, tanto en el espacio público como en los medios de comunicación de masas. De ésta forma lo icónico del rostro de López en las paredes está estrechamente vinculado con el conocimiento público que tomó en los últimos años.

Por último, la relación indicial es aquella que da cuenta de una existencia, en la que el signo es como *un pedazo arrancado del objeto*.

Como existencia de identidad y presencia, la técnica aplicada al grafiti denominada *Tagg*, por ejemplo, evidencia la





marca de alguien. Una firma, una identidad que pasó por aquella pared dejando su huella.

Si bien todos y cada uno de los grafitis presuponen que alguien estuvo allí para pintarlos, nos abocamos al eje central del objeto en la producción de sentido.

En general en estas manifestaciones, la relación imperante no es sólo una, sino que por los rasgos del grafiti (o mayormente estencil) hay combinaciones de ellas.

Estos ejemplos evidencian que aunque la temática sea compartida, la relación del objeto con su interpretante varía de acuerdo a la configuración del grafiti.

A partir de esta clasificación veremos de qué manera ícono y símbolo operan en conjunto para dar un sentido sólo concebible en la combinatoria, donde uno literaliza un enunciado y el otro le asocia una contradicción para dar con el sentido de lo cómico, por ejemplo.

Cuando remite a lo simbólico lo asociaremos al texto lingüístico y sus recursos: la intertextualidad, la polifonía, etc.

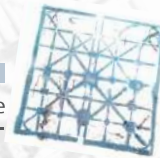
En el caso del estencil, generalmente símbolo e ícono se conjugan para dar un sentido diferente al que pueden generar cada uno aislados. El recurso del dibujo, de la caricatura, su relación con la fotografía que reemplaza a la palabra: por un lado economiza elementos, genera impacto visual y da múltiples significaciones.

La teoría de la enunciación expuesta por el semiólogo Oscar Steimberg nos resultó de gran utilidad para estudiar el comportamiento de este medio en la ciudad de La Plata y establecer algún tipo de orden en la vorágine de grafitis teniendo en cuenta la composición de los textos: imagen más palabra en la mayoría de los casos.



Steimberg define como enunciación al **“efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional a través de dispositivos que podrían o no ser de carácter lingüísticos. La definición de esa situación puede incluir la de la relación entre un emisor y un receptor implícitos, no necesariamente personalizables”**.²

² STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 48



Si bien en la producción grafitera no existe una institución formal o editorial que regule su publicación, en su lectura damos cuenta de repeticiones y generalidades que en su totalidad producen tipificaciones en muchos casos.

También nos acerca una opción para dar cuenta de tipos de textos más o menos estables a partir de sus definiciones.

En el ordenamiento del material dimos con determinadas recurrencias, cuya noción se corresponde con la teoría de los géneros de este autor argentino, que entiende **"objeto cultural con límites fijados con especial nitidez tanto en su nivel enunciativo como en el retórico y en el temático, el género no se define sino a través de la focalización de discursos sobre discursos y de cambios de soporte, que certifican la insistencia de una expectativa social siempre en conflicto con las modificaciones materiales y técnicas de la circulación discursiva, y con las sorpresas de su procesamiento estilístico"**.³

Concibe que **"el carácter de institución –relativamente estable- de los géneros, que pueden definirse como clase de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social"**.⁴ En las paredes de la ciudad, observamos que ciertas manifestaciones aplicadas al grafiti prevén una recurrencia estable de la que intentaremos dar cuenta.

Para lo antes expuesto, debemos reparar en otras nociones de estudio de los textos que Steimberg analiza en relación al conjunto de regularidades que se circunscriben tanto en las clasificaciones de género como en las de estilo. Este define que **"las descripciones de género articulan con mayor nitidez rasgos temáticos y retóricos, sobre la base de regularidades enunciativas"**.⁵

En relación a las descripciones de estilo afirma que **"el componente enunciativo suele ocupar el primer lugar, entre conjuntos de rasgos que, cuando no se trata de grandes y distantes estilos históricos, pueden aparecer vaga o conflictivamente especificados; sin embargo, las definiciones abarcan también en este caso los mismos registros"**.⁶

En el amplio universo recolectado damos cuenta de grandes regiones comunes de pintadas que versan sobre un mismo tema y con una retórica congruente. Entonces podemos afirmar que dentro de grafiti platense existen géneros que a continuación presentaremos.

³ STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 35.

⁴ STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 45.

⁵ STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 45.

⁶ STEIMBERG, Oscar. Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 45.



Aquellos únicos, irrepetibles cuya existencia no supone una serie, tendrán lugar en el estudio de todas maneras.

En el estudio de grafitis, el cruce de variables que clasifica a un género tiene que ver con una regularidad temática, técnica y contextual.

Steimberg entiende a la dimensión temática como **“aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto”** ⁷. Así como los temas fluctúan, al interior de cada grafiti existe una configuración de los elementos del lenguaje verbal y visual variables de unos y otros. A esta aproximación formal es a lo que este autor llama rasgo retórico.

Se puede reconocer algunas combinatorias institucionalizadas, tales como el estencil, el tagg y el street art. Sin embargo, hay otros híbridos que no se representan bajo una nomenclatura técnica, sino a partir de la descripción de sus rasgos. Con esto se entiende que es indefinible una recurrencia en el tiempo y el espacio del comportamiento de la totalidad de los grafitis en La Plata.

Es en esta situación que identificaremos la construcción de enunciadores, destinatarios y su vinculación a partir de grafitis platenses.

Atenderemos principalmente a la presencia de verbos y sus conjugaciones para dar con la inclusión de qué personas y en qué casos.

El objetivo general de esta tesis es dar con la escena comunicacional del grafiti en La Plata, una ciudad a la que consideramos como el espacio en el cual un texto se hace reconocible mediante diferentes aspectos construyendo un tipo de destinatario que no existe empíricamente sino en el marco enunciativo.

Si bien cada pintada se configura como una composición que genera sentido, en la totalidad de grafitis del universo de estudio existe otra significación del fenómeno como género: el grafiti platense.

⁷ STEIMBERG, Oscar. *Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires, Atuel, 1993. Pág. 45.



METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.

Dado que trabajamos con una metodología de análisis cualitativa, los valores surgidos de este procedimiento resultan de la comparación. Las variables para comparar propiedades de los distintos materiales fueron:

Ubicación

Refiere a la calle donde se tomó la fotografía del grafiti y su repetición (si existiera) en el espacio público.

Contexto simbólico

Da cuenta del lugar de la ciudad en el que está el texto. Los contextos simbólicos tienen que ver con los puntos estratégicos de la geografía de la ciudad que adquieren ciertos sentidos para los habitantes.

Técnica

La definimos como la manera en la que el grafiti se hace visible en la pared. De varias formas pre-establecidas mediante las cuales el grafiti se manifiesta: el sténcil, grafiti a mano alzada, Tagg, Street Art.

Tema

De acuerdo a lo que Steimberg define como tema encontramos una serie de ellos que se corresponden con nociones que circulan en la ciudad: lo deportivo, lo político social, lo personal e individual.

Recurso

Entendemos en esta variable que para construir un enunciado hay un sentido dado a partir de determinadas estrategias gráficas, enunciativas, gramaticales y literarias entre otras, de los que se valen los grafitis para significar.

Relación

Nos referimos a las tres primeras relaciones que Charles Sanders Peirce desarrolla entre el signo y su objeto para construir significado. Icónica, simbólica e indicial o sus híbridos.

Referencia Temporal

Al interior de un texto existen marcas temporales que dan cuenta de la vigencia enunciativa o de otros efectos de sentido. Cuando explícitamente se hace



referencia a una fecha o la información que contiene ese enunciado remite a un contexto estará expuesto en esta variable de análisis.

Enunciación

En general, la construcción final que se hace de la lectura de las diversas consideraciones a las que atendimos resultan en esta variable que se asocia a la definición de Oscar Steimberg desarrollada a lo largo de la investigación. El resultado final de la construcción significativa de un grafiti se evidencia en esta columna.

Las repeticiones de las variables en una estabilidad y recurrencia dieron con diferentes géneros dentro del grafiti platense.

Los recursos literarios y estéticos, las técnicas de impresión, las repeticiones y la circulación establecen cruces de variables que hacen al nivel enunciativo de las pintadas.

Por otra parte, la institucionalización de ciertas temáticas con una repetición estilística y geográfica permitió clasificar algunos géneros dentro del grafiti platense. Cada uno de ellos se vale de estrategias de ser y aparecer muchas veces con efectos disímiles entre sí.

Así es que dimos con determinadas operaciones que de acuerdo al tipo de grafiti que se trate genera uno u otro efecto de sentido.

En los siguientes capítulos nos encargaremos de entender de qué manera cada extratextualidad produce significación con ciertos discursos.

En primer lugar la vinculación de las técnicas, los temas y recursos con un lugar de impresión muestran la importancia del nivel geográfico/simbólico de aparición que no es azaroso ni insignificante. Luego, de la presencia de los idénticos textos en el espacio público, definiremos su tipo de repetición, ya que se manifiesta como un recurso versátil para cada clase. Por otro lado, de acuerdo a la observación resulta muy notable la permanencia de ciertos grafitis en las paredes, es decir su vigencia enunciativa y material, que en uno u otro caso manifiestan operaciones con efectos de sentidos distintos.

Por último, y para responder a nuestra pregunta de investigación, analizaremos el nivel enunciativo de acuerdo a la sumatoria de todas las operaciones y recursos aplicados al grafiti antes descriptos.

Asimismo, a raíz de la recolección de imágenes decidimos realizar un apartado referido a los grafitis sobre Jorge Julio López. Lo particular de este caso es su riqueza en todas las dimensiones: sea vigencia material o temporal, geográfica, repetición y enunciación.



EL GRAFITI.

El grafiti se define y redefine a partir de diferentes condiciones y perspectivas. Nuestra concepción atraviesa varias de las nociones circulantes.

Su historia estuvo asociada a la paleontología, el arte, la protesta, la subversión, la política, el muralismo urbano, la juventud, etc, por lo que no hay una unilateralidad en los discursos.

Consideramos grafiti a toda impresión de aerosol o pintura en paredes, persianas y otros soportes del espacio público disponibles para su lectura e interpretación. La vinculación que esa pintada genera con su contexto de aparición y sus características formales, más su tema requieren de un estudio integrador para dar con la escena construida en la ciudad.

Los inicios.

Como manifestación urbana, algunos lo ubican en Francia a finales de la década del 60. Precisamente por mayo o junio del 68, cuando cuerpos estudiantiles – luego apoyados por obreros industriales y sindicalistas- realizaron una serie de protestas en oposición a las sociedades de consumo.

Una de las principales armas de expresión se realizó a través de las paredes, donde se plasmaba el ideario revolucionario.

Hoy, en Argentina cuarenta y tantos años más tarde, ese ideario opositor al capitalismo también circula en las paredes.



En la misma década, pero en otra ciudad, también puede hablarse del surgimiento del grafiti urbano.

En Estados Unidos, precisamente Nueva York, grupos denominados “writers” provenientes de barrios marginales representaban una cultura de la calle espontánea y libre en las paredes de su ciudad acompañados del hip hop. Así es que los muros se concebían como una manifestación gráfica asociada a una práctica musical. Hoy por hoy, la visualización de ese movimiento en las paredes se denomina “Tagg”.



Armando Silva expone una clara versión de los auges del grafiti en las ciudades y sus significaciones de acuerdo a su lectura. Evita remontarse a la historia del medio y nombra antecedentes de su rol comunicativo con los que coincidimos.

“En cuanto movimiento juvenil y urbano de explosión expresiva y comunicativa y como propuesta contrainformativa, hay que señalar el célebre de mayo del 68, de la rebelde generación de los setenta. Estos años delinearon lo que hoy podemos reconocer como una nueva estrategia comunicativa de amplios alcances en diferentes sectores marginales (...).” ⁸ Esta noción es el caso de lo que hoy en La Plata llamamos grafiti simbólico, en el que si bien la impronta contrainformativa es uno de sus aspectos, no es el único.

Luego, hace referencia a la aparición del movimiento grafitero en los Estados Unidos.

“El siguiente escenario es New York en 1971. Se trata de la invasión, prácticamente subterránea, de numerosos pictogramas que eligieron los exteriores del subway (trenes de transporte metro), como el lugar principal de diseño, para de allí desprenderse poco a poco a otros lugares metropolitanos. (...) queremos llamar la atención sobre la manifiesta presencia allí de una cultura ghetto, pues lo que se dejó conocer ampliamente por sus gestores y propiciadores, era que se trataba de diseños y mensajes contruidos por grupos marginales, como los 'Puertorriqueños', los 'Negros' y los 'Latinos', quienes de esa manera habían encontrado una vía de reconocimiento público.” ⁹



En este sentido, la aplicación del tagg en las paredes platenses sí parece ser una manifestación de una cultura de ghetto, ya no con distinción de nacionalidad o color de piel, sino relacionado a tribus urbanas locales que comparten un código particular. Esto no quita que en sí mismos signifiquen la presencia de actores sociales en determinados espacios de la ciudad y paredes.

⁸ SILVA, Armando. Publicaciones del Instituto Caro y Cuervo, series Minor XXIX. Bogotá, 1987.

⁹ SILVA, Armando. Publicaciones del Instituto Caro y Cuervo, series Minor XXIX. Bogotá, 1987. Pág. 22.

De esta manera, en la observación preliminar del grafiti platense contemporáneo damos cuenta de una hibridación de ambas vertientes. Las calles de la ciudad se tiñen tanto de tags, como de escritos a mano alzada y de estencil. Esas técnicas de impresión francesas y neoyorquinas nacidas hace años hoy construyen también la enunciación de los grafitis de las paredes platenses.

El estencil, por su parte, es de las más vistas en los centros comerciales de las ciudades. En Buenos Aires mucho se estudió sobre esta manifestación, Hasta la victoria Stencil es un libro de recopilación de stencils e información que nos fue de utilidad para reconstruir los procesos que lo engendraron.

Aquí surge otro inicio de la técnica del grafiti, ya que remontan su nacimiento a las Cuevas de las Manos y antiguas civilizaciones que imprimían moldes con extremidades u otros objetos en paredes. Y narra:

“Los inicios de su aplicación como grafiti o intervención urbana son inciertos. Algunas fuentes sostienen que a mediados del siglo XX comenzó a utilizarse con fines políticos, quizás en Latinoamérica. (...) En la Argentina, luego de los registros aislados de los 80 y los 90, recién en el año 2000 el estencil alcanza un crecimiento significativo y una identidad propia. Sin duda esta verdadera explosión surge como reacción a la situación política y social del país”.¹⁰

La intervención de las paredes en escuelas o centros culturales viene multiplicándose en



¹⁰ DEZZI Belén, INDIJ Guido. ¡Hasta la victoria, Stencil!. La Marca, 2004.



el espacio público platense. Grupos de artistas callejeros ofrecen su trabajo a propietarios particulares para vestir sus fachadas. La pintura en aerosol asociada al muralismo se institucionalizó como Street Art. Esta expresión está ligada estrechamente a un discurso de la estética y la belleza con fines comunicativos. Desde hace meses, la invasión de figuras a lo largo de la ciudad dio cuenta de este movimiento.

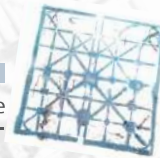


En la última década las nuevas técnicas empleadas al grafiti facilitan por un lado su producción y por otro su lectura. Las planchuelas para esténcil, la dinámica del street art, las intervenciones ocasionales a través del dinamismo del aerosol.

En nuestra ciudad las técnicas predominantes aplicadas al grafiti son el esténcil, los escritos a mano alzada, el tagg y la modalidad de Street art. En nuestro recorrido, atendimos principalmente a los tres primeros, puesto que tanto el tagg como el street art dan cuenta de un discurso de la estética y un código no común.

El grafiti a mano alzada se compone del signo lingüístico preferencialmente. En algunas oportunidades se inscriben con esta técnica dibujos (corazones, monigotes, partes del cuerpo humano, etc) o algún ícono (escudos de equipos de fútbol) o señales (flechas, etc). Este tipo supone una cierta espontaneidad y velocidad en la producción. Respecto de sus temas y motivos, responde a cuestiones de índole personal, política, publicitaria, de reclamo en donde no podemos dar cuenta de una regularidad que vincule a alguno de ellos estrictamente con este modo de inscripción.

La del esténcil es una técnica utilizada en otros dispositivos aplicada al grafiti urbano en Argentina desde hace algunos años. Como ya vimos, sus antecedentes se remontan a la cueva de las manos y el arte rupestre. Consta de un molde que pulverizado en aerosol se



representa en la superficie seleccionada formando el grafiti. En las paredes de La Plata su circulación se da en temas sociales con motivos de propaganda política, publicidad, reclamo, memoria y algunos alusivos al deporte. Es excluyente de aquellos que representan los nombres de pila. Con respecto a su lugar preferencial de aparición, este es sobre todo el centro. Esto da cuenta del contrato de lectura preliminar que establece la dinámica de ese contexto, diferente a la del barrio platense. La técnica permite una lectura veloz, economía de palabras y la imagen aplicada al soporte de la enunciación.

Coincidimos con Armando Silva y entendemos que el tagg responde a ciertos códigos urbanos en los que no profundizaremos en esta investigación. Superficialmente se trata de signos lingüísticos diseñados en colores con un estilo vinculado al hip hop. Lo encontramos en diferentes zonas de la ciudad y podemos deducir que los enunciadores aplican su marca como apropiación del espacio.

En cuanto al street art, es un modo de manifestación vinculado al muralismo que, en la ciudad, responde algunas veces a consignas sociales evidenciado en ciertas oraciones construidas con signos lingüísticos. Aquí se juega un discurso del campo artístico que no es abarcado en esta tesis de grado.



LOS RECURSOS QUE UTILIZA EL GRAFITI.

Como ya hemos visto la retórica del grafiti en general varía por sus diversas técnicas y manifestaciones. Además, los recursos empleados en su producción son diferentes de acuerdo a su tema y la vinculación con el imaginario social.

El color.

En cada caso este rasgo cobra un sentido singular. Los temas asociados a las palabras empleadas están inscriptas con un color que tiene una historia y un significado en cada ámbito de referencia.

En el grafiti deportivo esta cuestión es evidente por la identificación con el club al que hacen referencia. El clásico platense se construye en la pared en la eterna lucha rojo vs azul. En el análisis del recorrido de recolección la mayor parte de textos de este tipo se asocia de la manera: reivindicación del club Estudiante = color rojo, reivindicación de Gimnasia = color azul.



Asimismo, con los términos peyorativos se da a la inversa, pero siempre manteniendo el dúo rojo y azul. Es así que este tipo de estrategia aparece como una “regla” establecida dentro del folclore de la disputa del fútbol local.

Sin embargo, estos colores cumplen otra función dentro de los grafitis de índole política, por ejemplo el color rojo se vincula a lo que a lo largo del tiempo hizo referencia a lo subversivo, a la protesta, la denuncia. Estéticamente la utilización del rojo en otras temáticas alude al llamado de atención o el contraste con otras tonalidades.

Por su parte en la gama de los azules circulan las temáticas ligadas al peronismo, donde se asocia el color con esa corriente política a lo largo de la historia.



En la ciudad, cada candidato político presenta su estrategia grafitera con un color distinto que lo identifica y no se modifica a lo largo de la campaña, lo que da cuenta del proceso de construcción del slogan publicitario utilizado.

En el caso de los grafitis que nombran a el “Grillo Ferrer”, el referente político de Villa Elvira vinculado al Bruerismo, se encuentran en color verde y negro, mientras que Pacharotti utilizó el negro y rojo y Vicent el celeste, entre otros.



En temáticas de género, este recurso también plantea una estrategia clara. El color lila o violeta aparece es en su mayoría representado en estenciles o aerosoles a mano alzada, que toman consignas o reclamos de agrupaciones feministas, igualdad de género o vinculadas al movimiento gay, cuya función es estos casos es crear una identificación con los temas que aborda asociada al rasgo cromático con el que está estrechamente ligada la cuestión en estandartes de lucha en otros formatos.





El humor.

Si bien en general los enunciados que pintan estos grafiti están atravesados políticamente, en algunos, la centralidad está puesta en el humor. Nuevamente texto e imagen dialogan para sintetizar un sentido. O imagen y contexto sintetizan un nuevo sentido en donde lo cómico aparece por la estrategia e inventiva aplicada o bien el resultado.

Quizás sea este tipo de grafiti el más rico enunciativamente. Las técnicas y sus aspectos formales varían en todos los casos: no hay una técnica específica en la que se presente.

El recurso de la ironía o la metáfora es una recurrencia. Cuando el texto (entendido como paquete de materia significativa) está compuesto de imagen y palabra los sentidos se contradicen generando la situación humorística. En otros, lo absurdo del enunciado lingüístico provoca, en diálogo con el imaginario social, la comicidad.

Intertextualidad.

En los enunciados del grafiti se cuelan discursos de otros medios, donde lo social queda expuesto en las paredes y, en muchos casos resignificados. Extractos de canciones, frases famosas de personajes públicos, consignas sociales, temas de agenda, etc.

Haremos un breve recorrido de este dato en algunas de las paredes para dar cuenta de que de esta forma, el medio de comunicación construye un lector informado, crítico, suspicaz.





LA CIUDAD DE LA PLATA.

La Plata es una ciudad marcada políticamente desde antes de ser fundada. Su trazado y diseño es un cuadrado perfecto cuyas calles rectilíneas son atravesadas por las diagonales que caracterizan la ciudad en el imaginario social: la ciudad de las diagonales.

Un poco de historia.

La Plata nació como un proyecto político de Dardo Rocha, el entonces gobernador de la provincia de Buenos Aires, con el fin de instalar en otra ciudad (luego de la Federación de La Ciudad de Buenos Aires) su gobierno y la administración del mismo.

La ciudad fue concebida con un eje fundacional que se encuentra entre las avenidas 51 y 53 (la calle 52 no existe dentro del casco urbano, salvo un pequeño tramo en el extremo oeste, siendo esta la única excepción), esto es el centro geográfico, donde se encuentra la plaza Moreno. Sobre estas calle principales se hallan El Palacio Municipal y La Catedral.

Ciudad administrativa.

Como capital de la provincia de Buenos Aires es una ciudad administrativa y cuenta con una estructura política importante, ya que se encuentran instaladas todas las dependencias gubernamentales de la provincia: la Casa de Gobierno, Ministerios como el de Justicia y Seguridad, Salud, Economía, Desarrollo Social, Derechos Humanos, entre otros.

Para nuestra investigación, esto no es un dato menor, ya que los grafitis toman sentidos distintos de acuerdo a su lugar de emplazamiento y su modo de circular.

Patrimonio cultural.

La capital bonaerense cuenta con varias obras arquitectónicas: La Catedral, La Casa Curuchet, El Pasaje Dardo Rocha, El ex Banco Municipal, entre otros.

Algunos de ellos, ya sea por su ubicación geográfica o por las prácticas que se llevan a cabo, adquieren una funcionalidad extra a la institucional: punto de encuentro.

El Pasaje Dardo Rocha, ubicado en la manzana céntrica de las calles 6 a 7 y de 49 a 50, es un claro ejemplo del sentido y la importancia que recobra para la ciudadanía platense. Inaugurado en 1887 como estación ferroviaria “19 de noviembre”, a lo largo del tiempo fue sede de varias dependencias (Ls Radio Provincia, Asesoría letrada, Ministerio de Trabajo, el correo). Finalmente, desde 1994 funciona el Centro Cultural.



La esquina de 7 y 50 representa para muchos contingentes platenses un lugar de reunión colectivo.

El espacio público.

El lugar de significación y circulación del grafiti en la ciudad es el espacio público.

Su esencia se sustenta en el dominio público, el uso social y colectivo y la multifuncionalidad, siendo asimismo una de sus características físicas la accesibilidad a la sociedad que en él circula.

El barrio.

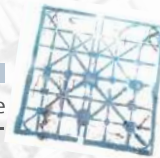
Lo definimos como cada uno de los conjuntos de manzanas que rodean el centro geográfico-comercial-administrativo que suponen prácticas singulares distinguibles en relación con las comprendidas en las calles del núcleo fundacional.

Con esta lógica, observamos que si bien cada barrio se construye en la lectura de sus paredes con una enunciación “grafitera” única, comparten rasgos formales de producción que en una lectura conjunta se distinguen de aquella céntrica.

A grandes rasgos relevamos que, aquí predominan aquellos grafitis personales con dedicatorias, los futbolísticos, musicales de bandas locales, los políticos serigráficos.

El abordaje temático varía de barrio a barrio. La recurrencia y previsibilidad está en la técnica: el escrito a mano alzada predomina.





La pared separa lo público de lo privado, sin embargo el grafiti logra borrar la delgada línea entre estos ámbitos al trasladar discursos y debates privados a un ámbito de apreciación y tránsito público. Ejemplo de ello son las expresiones románticas y ciertos enunciados que por su contenido son considerados de la vida privada.

En el barrio el grafiti se desnuda como aquel que refleja las identidades propias de cada lugar, las luchas, los temas de interés, las tribus urbanas, son algunos de los aspectos que se pueden visualizar.

En el centro la dinámica cambia radicalmente: el ritmo cotidiano, la circulación constate, presupone otra lógica de aparición.

Es entonces que consideramos indispensable tener en cuenta el contexto donde se encuentra plasmado el grafiti, no solo por su significación, sino por el destinatario al que apela o construye.

Eliseo Verón sostiene que **“la relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura. El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura”**.¹¹

Lo define como **“efecto de conjunto de las diversas estructuras enunciativas de un texto, en que una publicación periodística (en nuestro caso el grafiti) abarcan desde los dispositivos de apelación hasta las modalidades de contracción de las imágenes y la de los tipos de recorridos propuestos por el lector”**.¹²

Entonces queda claro que ese contrato va a ser de una u otra manera de acuerdo de acuerdo al lugar donde se emplaza el grafiti. El barrio (cada uno de los tantos que conforman el casco urbano de la ciudad de La Plata) supone un clima diferente, mucho más relajado, es allí que nos referimos al lector como “vecino”. En cambio en el centro geográfico/administrativo/comercial, la lógica de circulación, de acuerdo a la vorágine cotidiana construye –y requiere- un lector veloz y de un enunciado concreto, claro y conciso. Aquí definimos al lector como “transeúnte”.

Sin embargo, los sujetos sociales puede interpretar ambos roles. Es así como el transeúnte y el vecino se unifican y se separan, son entidades que pueden encarnarse en el mismo de ser de acuerdo a su posición.

¹¹ VERON, Eliseo. El contrato de lectura. Ficha Fac de Ciencias Sociales, UBA. Buenos Aires, 1988.

¹² VERÓN, Eliseo. El contrato de lectura. Ficha Fac de Ciencias Sociales, UBA. Buenos Aires, 1988.



La importancia deportiva en la ciudad.

Las instituciones deportivas se identifican habitualmente con los barrios, excepto las dos fracciones que representan al fútbol: Estudiantes y Gimnasia y Esgrima de La Plata. Cada club tiene sus fanáticos, hinchas y asociados.

Las multitudes movilizadas en torno al fútbol encuentran en las paredes de la ciudad el lugar indicado para plasmar sus opiniones.

A lo largo de los años, la rivalidad entre los simpatizantes de Estudiantes y Gimnasia se fue incrementando. Desde mediados de los '90, las paredes de la ciudad comenzaron a ser protagonistas de los discursos de cada hinchada para que en la actualidad tomen definitivamente una importancia en la disputa. El grafiti deportivo platense construye el debate del clásico platense en su mayoría.

Estéticamente, predomina aquella pintada a mano alzada y los enunciados se repiten. La construcción gramatical es bastante simple: el uso de los verbos se alterna entre dos o tres acciones.

En general tienden a disputar el poder por un territorio desde el enunciado, el contexto de aparición y el color.

Los clubes evocados son en general los dos más representativos de la ciudad en términos futbolísticos por su historia en primera división.

El fútbol nacional también se lee en las paredes platenses aunque en menor cantidad que los equipos locales.



LO GEOGRÁFICO.

Como las secciones de un diario se ubican en páginas diferentes, cada tipo de grafiti se manifiesta particularmente en algún punto de la ciudad. Las lógicas de circulación varían de acuerdo a los temas y la retórica de los textos en aerosol. Asimismo, los espacios simbólicos juegan un rol fundamental para los lugares de impresión incorporándose como elemento extratextual de análisis y construcción de sentido.

Es así que en la lectura general de la ciudad a través de sus paredes teniendo en cuenta las variables de emplazamiento y tema, dimos con determinadas regularidades de ser del fenómeno.

Ya vimos que las lógicas de circulación general del centro geográfico-administrativo de la ciudad son muy distintas a las del barrio. Allí la retórica grafitera también varía significativamente.

A simple vista las construcciones periféricas se presentan con una técnica de impresión desprovista de pre-producción: predomina el grafiti a mano alzada con temáticas deportivas o personales. El sentido da cuenta de la noción de territorialidad, pertenencia y manifestación.

En el centro comercial-administrativo predominan aquellos grafitis de índole político social, en su gran mayoría realizados en esténcil con un trabajo de preproducción para mezclar signos lingüísticos e imágenes, prolijidad en los textos, etc para ser fácilmente legibles.

Deportivo.

La aparición del grafiti deportivo a lo largo y ancho de las paredes de la ciudad presenta en algunas de sus formas lugares preferenciales. Son los grafitis que más demuestran una marca de territorio, de propiedad, de pertenencia. Al imprimir el apodo del club, una referencia a un partido, etc, dan cuenta de su dominio en la ciudad. Estas en principio parecieran incluirse en manifestaciones personales, no hay marcas institucionales en la producción y levantan una bandera de simpatía individual. Ahora bien, por su cantidad, repetición y estilo cobra un sentido nuevo y único.





Al imprimir el apodo del club, una referencia a un partido, etc, dan cuenta de su dominio en la ciudad. Copar la ciudad repitiéndose discursiva y visualmente es la acción inicial.

Los manuscritos, que predominan en esta clase, se dispersan por toda la ciudad aunque indican una preferencia hacia el barrio: las zonas que no comprenden el área céntrica.

Por otro lado, la técnica del estencil aplicada al grafiti deportivo sí se da exclusivamente en el centro y sus cercanías, aunque la presencia es, en número, muy reducida.

Escasos en esta clase, los estencils tienen una línea más institucional, casos puntuales en lugares estratégicos, como zonas aledañas a las canchas de fútbol, sedes administrativas de Gimnasia o Estudiantes. A través de estos implementan un juego de palabras diferente a lo visto en los casos de mano alzada.



Político-Social.

Este género se evidencia notoriamente en el centro administrativo y comercial de La Plata. La mayor concentración se da en lo que dimos en llamar “zona de reclamo” comprendida por las paredes exteriores al Ministerio de Economía provincial. Simbólicamente esa institución representa el lugar donde se toman las decisiones presupuestarias de las que dependen muchos bonaerenses. Asimismo, este lugar es estratégico por la gran circulación de transeúntes diaria y la llegada de casi todas las líneas de colectivos. Además, las manifestaciones que tienen por escenario la ciudad culminan o comienzan en esa zona.

Un caso singular se da por el asesinato de Sandra Ayala Gamboa en el ex edificio de ARBA, lo cual desembocó en una causa más por construirse el reclamo desde este



punto. El lugar cobra particular relevancia como soporte de esos textos. Incluso, en varios grafitis el texto incluye al contexto desde el signo lingüístico o los símbolos señalativos.

Personal.

Esta clase preferentemente opera en los barrios de la ciudad y en fachadas tanto de escuelas como de clubes. No presentan una recurrencia o lógica de circulación, sino más bien una significación al interior del enunciado y un código compartido individual no social. En general resultan manifestaciones individuales de sentimientos o meras impresiones de nombres propios.

Tienen como característica la marca de territorio, lugar de pertenencia a un barrio determinado, un “yo estuve ahí”.

La existencia, el poder, la propiedad. La construcción da cuenta de un supuesto código compartido entre dos personas (“Ojitos de miel y ojitos”).

Un ejemplo de ellos: los taggs, un código propio de un sector determinado que manifiesta que ese grupo, persona, firmante es propio de ese lugar.



Propaganda política .

Dentro de este grupo la ubicación geográfica de los enunciados es clave porque marcan un recorrido particular y estratégico. La repetición es una de sus características y los recorridos son claros: operan en avenidas del barrio congregándose en los accesos o salidas a la ciudad generando una visualización continua. No poseen un territorio determinado, pero se ven en mayor cantidad en avenidas, diagonales y en los barrios. Desde esta operación se conforma un potencial votante, que es un vecino. Este género no compete con la contaminación visual del centro, opera en avenidas de tránsito, pero con una dinámica más relajada.

Claramente como el nombre del género lo dice, “de propaganda”, no se manifiestan aislados sino en un conjunto, en varios casos conjugándose diferentes grafitis en un mismo lugar de emplazamiento.

Su ubicación es clave desde la estrategia de exposición: son grandes en tamaño, claros, concisos, logrando verse desde la distancia (por las avenidas) y ser comprendidos.

Casos emblemáticos.

7 y 50 – Pasaje Dardo Rocha.

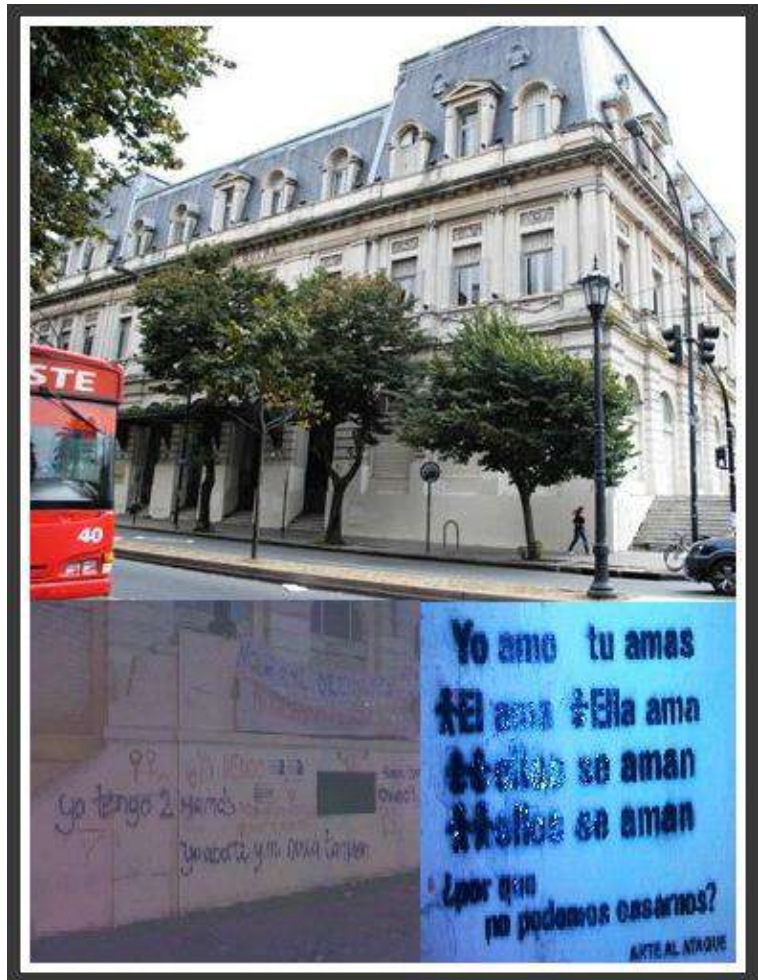
Si la ciudad de La Plata tiene sus lugares emblemáticos, la intersección de las calles 7 y 50 ha sido uno de ellos. Escenario de diversas manifestaciones políticas, culturales, deportivas, etc., por su ubicación y su contexto.

Rodeada de importantes edificios públicos (Pasaje Dardo Rocha, Legislatura, Casa de Gobierno), siendo una de sus calles la avenida más transitada de la ciudad, atravesada por la totalidad de sus colectivos, es la ubicación predilecta para hacer oír tanto voces de protesta como de festejo.

En la actualidad es testigo de manifestaciones políticas, sociales y deportivas; funciona como un punto de encuentro clave, y es a partir de sus paredes que se puede dar cuenta de ello.

Grafitis que dicen “yo tengo dos mamás” en alusión al matrimonio gay) o “Messi puto” (luego de que el club Estudiantes de La Plata perdiera el mundial de clubes frente al Barcelona) son algunos ejemplos de pintadas que aparecieron en El Pasaje Dardo Rocha.

Asimismo se pudo verificar que los grafitis que aparecen en este espacio tiene una duración efímera, ya que aquí cabe la vieja disputa entre lo público y lo privado. Por consecuencia, al día siguiente que se plasman los mensajes, las autoridades del lugar vuelven al pintar de blanco su fachada.



Ministerio de Economía.

En el recorrido céntrico este antiguo edificio es la fachada con más aerosol y pegatina de la ciudad. Si las manifestaciones empiezan en 7 y 50, terminan en 7 y 45. Cortes de calles, piquetes, gomas incendiadas y paredes pintadas. La diferencia con el Pasaje es que los tiempos de durabilidad de las pintadas son diferentes y pocas veces se ve blanco. Es más bien una superposición de reclamos y materiales donde el festejo no es el tema en ninguna ocasión.

En sí, la diferencia de ambos lugares es el lugar simbólico que representan en la sociedad platense: uno la vidriera por excelencia y el otro el gobierno hecho presupuesto.





VIGENCIA MATERIAL Y ENUNCIATIVA.

Nos referimos a vigencia en el grafiti cuando la permanencia del texto aporta un rasgo que puede ser textual o extratextual en la circulación del sentido.

La noción temporal en el grafiti tiene dos dimensiones variables: por un lado, su vigencia material relacionada a su caducidad física en la pared; y por otro, su vigencia enunciativa de acuerdo a la marca temporal en el interior de su texto con respecto a los momentos de lectura. Otro aspecto relacionado tiene que ver con la vigencia del enunciado inicial en una pared, es decir, con su NO intervención.

Las campañas de limpieza de la ciudad, los vecinos molestos con la expresión o los celos de otros grafiteros pueden hacer que una pintada deje de ser un espectáculo del espacio público o se modifique. Así, otros como las convocatorias a marchas, eventos artísticos, la promoción de fechas de recitales de bandas locales, los pedidos de justicia ante determinados temas, los aniversarios de un caso, etc, pierden su actualidad aunque persisten a la vista de los transeúntes.

Memoria y Justicia.

En casos como el de Jorge Julio López y Sandra Ayala Gamboa, la aparición de la noción temporal dada a partir de la acumulación de años de injusticia opera con otro valor que ya no es de la caducidad, sino el de la evidencia del paso del tiempo con impunidad.

En este ejemplo, la referencia temporal está dada por un día del año, que puede ser todos los años. La convocatoria a una marcha por un año más sin Julio López se renueva cada septiembre. La permanencia material del grafiti renueva su vigencia enunciativa en ese mes, pero durante el resto del año ese texto vuelve a operar como recuerdo.

En otro sentido, las marcas referenciales concretas limitan la "actualidad" del enunciado al tratarse de una construcción de y para un tiempo determinado, que transcurrido, se vuelve pasado.

Sin embargo, el fenómeno grafitero en torno a Julio López permite otro análisis.





En general las pintadas se acumulan año a año en las mismas paredes como un registro del paso del tiempo que fortalece el pedido de justicia y la denuncia de impunidad.

La persistencia del aerosol es clara en estas situaciones en las que es posible rastrear el momento de impresión a partir de su noción temporal explícita.

El registro de estos grafitis se hizo en 2011, año en el que se conmemoraban 5 años del hecho al que refieren.

En esta serie, cada año se renueva el pedido, se apela a la memoria, se denuncia el caso impune como representativo de otros análogos en la historia argentina. Y ese pedido reiterado se configura a partir de la acumulación de estencils en este caso que, en su individualidad, producen un sentido diferente que en su conjunto.

Este ejemplo da cuenta de que no hay caducidad enunciativa por no dar cuenta de referencia temporal alguna en su texto. El estigma social de la desaparición se recreará hasta tanto la acción cese o el material desaparezca de la pared. Mientras tanto su vigencia está activa.

Esta situación se repite con los textos referidos al asesinato de Sandra Ayala Gamboa como caso testigo de los femicidios en Argentina.

El primero marca el inicio de una serie de grafitis que por su retórica pertenecen a la misma serie (por el color violeta y técnica de impresión) al cumplirse los dos años del asesinato de Sandra. Como ya marcamos con Julio López, la marca temporal da cuenta de una caducidad enunciativa, puesto que en este caso, la acumulación de años no se refirió en las paredes. El siguiente utiliza el presente como tiempo verbal dando cuenta de la construcción diaria de la afirmación. El tercero (cuyo lugar de emplazamiento es cercano a los anteriores) se incorpora a la construcción total como el estandarte de la lucha contra el asesinato de mujeres en manos de hombres.





Deportivo.

Como ya identificamos, el deporte en el grafiti platense se entiende como el fútbol local y el duelo Estudiantes vs. Gimnasia.

En cuanto a su vigencia enunciativa en lo deportivo hay diversas expresiones que se evidencian con esta característica. Por un lado leemos a los hinchas que construyen su pasión, su amor por determinados equipos, su pertenencia institucional, su repudio a los contrincantes, cuestiones que trascienden el tiempo. Por el otro, la contingencia enunciativa que remite a un evento particular (lo que marca temporalidad, en tanto realización), después de derrotas o victorias de tal o cual equipo. Con el correr de los años han tomado tal trascendencia, que luego de un partido entre ambos, o tras eventos particulares, se espera que la ciudad aparezca con nuevas leyendas.

En cuanto a su vigencia material, es la categoría de nuestro análisis en la que más se evidencia la intervención y consecuente modificación del enunciado. En estos casos es notoria la característica del grafiti relacionada a la breve duración de su estado de producción inicial, ya que tiempo después es transformado (tachado, reescrito), dando lugar a un nuevo sentido.

Estos agregados calificativos, mayoritariamente en el color de su opuesto, generan que la intervención del grafiti tome un rol fundamental en la disputa deportiva local.



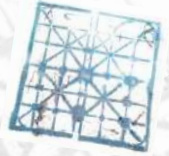


Político Social.

Materialmente, en algunos casos estos grafitis pueden padecer alguna modificación. Pero sin duda la más significativa tiene que ver con las marcas temporales dentro de los enunciados: remiten a una fecha particular de convocatoria o recuerdan un hecho. Atravesado el tiempo de vigencia, el grafiti no es más que un recuerdo, el tiempo en este caso claramente cambia la escena del grafiti. Las marchas y las convocatorias quedan como un diario viejo en las paredes.

En otros, sociales críticos la vinculación con los temas de agenda mediática le quita actualidad, pero no así vigencia, la crítica humorística en el grafiti perdura lo que el conocimiento en el imaginario social.





Personales.

En clases como los personales, dadas sus características propias, no se evidencian datos contextuales de tiempo. Su vigencia trasciende lo que el material soporte en esa pared. No resulta un tema de análisis profundo, ya que la misma propiedad de personal o individual, lo construye en un ámbito donde esos datos de inscripción no son relevantes ni fundan un código social compartido.

Los nombres propios o las declaraciones amor u odio se recrean con cada lectura en el espacio público platense. Esta propiedad de vigencia se da con cada una de las lecturas que se realicen, su dato de inscripción pierde relevancia al operar como presente con cada construcción. Así como los enunciados que construyen la sumatoria de un día más sin López mantienen su temporalidad sin importar su momento de producción y se recrean en cada momento de lectura, los personales operan con el mismo efecto de actualidad.



Propaganda política.

Similar a la disputa deportiva, la política es otra de las luchas por el espacio público, más aun en épocas electorales. Muchos de los nombres de los candidatos pueden aparecer con nuevos adjetivos no positivos a su imagen: se le agregan palabras que modifican el sentido. Por otro, en la estrategia productiva de intriga, la sumatoria de información se da paulatinamente como una característica más del ser de la campaña publicitaria en las paredes. Como por ejemplo: "Hay equipo Pacha", luego se agregó "rotti", culminando la intriga

porque ya figuraba el nombre completo "PACHAROTTI" (Concejal Javier Pacharotti. Bloque Frente para la Victoria-Partido Justicialista-Frente Renovador Platense).

En relación a su vigencia enunciativa temporal, está ligada a la época electoral, pero sin significar una caducidad total el paso del tiempo. Es decir que, aunque pasen las elecciones, su nombre continúa circulando en el espacio familiarizándose con los vecinos platenses.





REPETICIÓN.

Entre el amplio espectro de grafitis recolectados existe una estrategia de producción común que se presenta en varias versiones con la construcción de distintos sentidos.

Nos referimos a la repetición cuando un mismo enunciado y su retórica son recurrentes en las paredes de la ciudad. De esta manera, la construcción de sentido se vale de un nuevo rasgo extratextual que genera o refuerza un sentido dependiendo del género o tema del que se trate. Así es que al enunciado y su estilo se le agrega un elemento exterior dado a partir de la serie.

La observación da cuenta de diversos tipos de fenómeno según el tema: cuando se presenta como estrategia de propaganda política, cuando apela a la memoria, la marca de pertenencia del grafiti deportivo o la sumatoria de nombres de pila individuales en el grafiti personal, así como en el tagg o la vertiente de street art.

Tras la masificación del estencil como técnica de impresión, se logró instalar en serigrafía un tema en las paredes. Es uno de los recursos técnicos que más se asocia con el fenómeno de repetición del grafiti platense.

Este método, por un lado facilita la realización y por el otro, genera un impacto visual diferente al de otras técnicas por la incorporación de la combinatoria signo lingüístico + imagen en los enunciados.

El enunciado adquiere fuerza y reconocimiento visual a partir de su insistencia en el espacio público. La estrategia se reconoce como aquella utilizada en publicidad que por su ataque masivo se graba en la retina como un enunciado familiar.

Deportivos (copar la ciudad).

En el grafiti deportivo sucede algo particular. Si bien los enunciados se repiten dando cuenta de dominio de territorios y apelando a la pertenencia institucional, las formas en general varían manteniendo en su mayoría una precariedad en el modo de escritura.



Predomina la técnica de mano alzada con trazos disímiles. La configuración total señala quien manda en la ciudad. La acumulación de grafitis que den cuenta de algún club representa la hinchada más grande en el imaginario social.

Político-social.

El reclamo.

Estandartes de lucha, reclamos que recorren determinadas avenidas de la ciudad (7 y 1) por las que circulan la mayor cantidad de líneas de colectivos del transporte público operan como manifestaciones de lucha que no cesan. La utilización de la estrategia repetitiva instala al enunciado en la escena urbana como una voz constante que acompaña al transeúnte en su recorrido haciéndolo parte del reclamo.



Personal.

En los grafitis personales, las repeticiones se dan en mayor medida sin fuerza enunciativa general, más que en todo caso al interior de un barrio particular. Dentro del género de los personales se podría destacar la realización de los taggs, desde las características propias del mismo, que mantienen la misma tipografía como forma de reconocimiento para un sector de la sociedad.

Entonces, la maneras de darse la repetición del grafiti platense dan cuenta de efectos de sentido diversos dadas por la vinculación estrategia más tema y retórica: aquella persuasiva de la propaganda política, la legitimidad de la identidad futbolística de la ciudad dada por el grafiti deportivo, la pertenencia al barrio que rodea a la recurrencia del grafiti personal y la marca de propiedad que denota puertas adentro de la expresión la repetición del tagg en las paredes.

Propaganda política.

En este caso, los nombres de los candidatos a cargos políticos con algún slogan partidario dan vueltas en la ciudad conglomérándose en los barrios hasta perderse en la vorágine de pintadas del centro administrativo comercial decreciendo en número y variedad. Este género que posee una escasa variedad de enunciados preferentemente en estencil, se hace constante en la repetición de los mismos. Es a través de esta característica mediante la cual se instalan socialmente como una invitación a transformar esa familiaridad de la pared en un voto en las urnas.



Modos.

En los últimos años, una consigna ganó las paredes de la ciudad: “Hay equipo Pacha”. La frase recorría todas las avenidas e incluso tramos de la ruta a Mar del Plata. Con el tiempo y la aparición de otros indicios gráficos, se develó el misterio dando cuenta de la estrategia política del presidente del Concejo Deliberante platense.



Otro ejemplo de ello, es la propaganda de Grillo. Durante meses la “imagen de un grillo y la palabra “gri” vistieron algunos barrios de la ciudad. Con el tiempo apareció otro escrito que reforzaba la información develando quién era el personaje de la serie. (Ferrer, puntero político de Villa Elvira).

Repetición y memoria.

En esta clase de grafiti, el fenómeno de repetición opera en pos de la memoria, del recuerdo permanente como estigma del espacio público y la historia de la ciudad. Estos hechos ocurrieron en estas calles, sus siluetas acompañan al transeúnte en su rutina diaria. Además el pedido de justicia se asocia a la denuncia sobre la responsabilidad del gobierno en las paredes de sus edificios como una multiplicidad de voces que hacen eco del reclamo.



Por otro lado, es una contraposición con la realidad. En estos casos, los cuerpos de ambos desaparecieron, sin embargo aparecen decenas de veces en la ciudad sus imágenes. Están ahí circulando entre los platenses.



ENUNCIACIÓN.

La dimensión enunciativa en un texto se compone, como narra Oscar Steimberg, de la combinatoria de rasgos retóricos, temáticos y enunciativos en los niveles del género y el estilo.

En el grafiti, estas configuraciones aparecen generando construcciones que en muchos casos implican el juego texto + imagen, donde las variables de relación pueden arribar a un sinnúmero de vinculaciones: la imagen refuerza a la palabra, la imagen contradice a la palabra ironizando, la combinatoria de ambas desembocan en el absurdo, imagen y palabra remiten a textos anteriores construyendo una nueva significación, etc.

La construcción gramatical, la utilización del color, la referencia a otros textos y conocimientos del mundo también operan construyendo una síntesis significativa.

Deportivo.

En lo que respecta al grafiti deportivo se presentan dos variables en la ciudad: el tradicional reivindicativo del club local representado en el nombre de la institución, la referencia a algún jugador o resultado de un partido clave (7-0, no abandono); y por otro, un sentido más elaborado técnicamente e institucional: estencils “Verón”, “Pensá en Bosque”, “Vino para poner a gilnasia en su lugar”, etc.

El tema claramente es el deporte (mayormente fútbol local) y su representación en la ciudad. La cuestión supone un duelo entre dos facciones antagónicas que se disputan las paredes platenses y por ende su dominio.

La intervención de enunciados es una de las técnicas recurrentes que se representa en tachaduras, sobre escrituras donde el color opera de forma estratégica. El duelo azul vs. rojo es el efecto de sentido presente en estos muros platenses. Quién es el dueño de la ciudad? Quién gana? No se sabe, el debate es infinito. Al igual que los cánticos de las hinchadas en la cancha se superponen, los enunciados se acumulan en el espacio público.



Enunciativamente este género en La Plata da cuenta del mando en la ciudad, de los campeonatos, las victorias obtenidas y el “aguante”.

Si bien existen palabras comunes entre un bando y otro, hay otros signos que por el color y la identificación con el club se corresponden a uno o a otro.

CAGÓN / PUTO / PASIÓN / COPA

LOBO PUEBLO / 22 / TRIPA / GELP

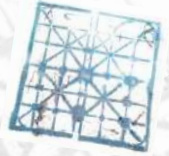
7-0 / CAMPEÓN DE AMÉRICA / PINCHA / EDLP / TETRA

Político-social.

Esta clase es la más diversa entre el amplio espectro de grafitis. Su masividad se da en el centro geográfico administrativo, su tema es la política y la sociedad. Entendemos que atraviesa todos los discursos del grafiti, sin embargo, la definición se da a partir de la noción de la recurrencia.

Dentro de esta temática se presentan una cantidad de motivos que remiten a situaciones sociales. Se instalan una vez más en las paredes debates que surgen en otros espacios mediáticos y privados.

Ejemplos significativos de ello son la legalización del aborto, La Ley del Matrimonio Igualitario, el llamado a paritarias salariales, el asesinato de mujeres en manos de los



hombres, el pasado político argentino y el sistema democrático como organizador de la sociedad, entre otros.

Textualmente se presentan como oraciones en las que no hay marcas temporales explícitas ni destinatarios, acompañados en algunos ejemplos de imágenes. Justamente el rasgo extratextual del contexto de aparición de la mayoría de ellos aporta este último dato. En este tipo de grafiti las instituciones gubernamentales y su accionar son cuestionadas.

El símbolo de la anarquía en estas imágenes sintetiza varios sentidos. En el primer caso la aseveración de la situación bélica en la que ubica a la sociedad (-nosotros- estamos en guerra) propone como salida la abolición de las instituciones que regulan la vida social del Estado argentino. El segundo equipara el sistema democrático con el régimen de facto como modos inválidos de conducción a



partir del término “ni”, proponiendo una vez más el libre albedrío que la anarquía tiene como estandarte. En ambos aparecen recursos técnicos que refuerzan los enunciados. La imagen bélica representada en una figura humana por un lado y la incorporación del color rojo en el enunciado “Revolución social” y “A” en el otro.

El siguiente grafiti aparece en las paredes del Ministerio de Economía provincial como una exigencia a ese organismo de adecuación salarial. Los reclamos de paritarias se dan en otros ámbitos y aquí aparecen sintetizados como un enunciado conciso y directo.





Durante el proceso de aprobación de la Ley de Matrimonio Igualitario surgió esta inscripción que utiliza la conjugación verbal del término amar que naturaliza la unión civil homosexual. Asimismo los íconos apoyan lo simbólico. La pregunta final construye un destinatario opositor al que se instruye mediante las frases anteriores.

Personal.

Los grafitis personales representan aquella clase cuya técnica básica de producción y lectura se compone del signo lingüístico convencional a mano alzada. En ocasiones singulares este tipo de grafiti aparece representado en una figura de estencil.



A nivel del enunciado son nombres de pila, apodos, declaraciones de amor o agresiones con la recurrencia de estar conjugadas en primera persona del singular en la mayoría de los casos. Lo significativo en este tipo es la contraposición frase privada en un espacio público. Discursivamente, operan con la marca territorial. Los códigos interpersonales entran en juego en esta clase de texto, puesto que en un ámbito común, estas construcciones que aluden a situaciones personales e individuales carecen de implicancia social.

Entonces, con una retórica básica sin marcas de pre-producción, la enunciación del grafiti personal da cuenta de una presencia y marca de territorio individual.

Como ya hemos dicho su sitio preferencial de aparición son los barrios o las paredes de escuelas, donde cobran sentido por el folklore de cada lugar.

Propaganda política.

La combinación de las técnicas del grafiti expresan en la propaganda política la mera construcción de repetición de nombres o slogans políticos, sobre todo de candidatos locales.

Las estrategias publicitarias en este sentido remiten a la memoria visual y la recurrencia. En otros casos, los enunciados surgen con un cierto suspenso en las paredes, que a través de las calles y a lo largo del tiempo el misterio se devela. Las paredes pintadas y sobrepintadas con aerosol en las que figuran nombres de candidatos define la escena. Aquí lo central es el recorrido que lleva el grafiti por las avenidas de las zonas cercanas a la periferia platense que va perdiéndose cuando llegan al centro. Un dato interesante es la aparición



masiva de este tipo de enunciado en años electorales. Como hace años se aplica este tipo de propaganda, las técnicas van modificándose dando cuenta de la competencia entre facciones.

El eje significativo central de este género es la familiaridad. El vecino -potencial votante- anda las calles de su barrio en un contexto conocido. Ahora Grillo, Valeria Amendolara, Pacharotti y Julio Garro forman parte de él.

JORGE JULIO LÓPEZ.

El grafiti viste y enriquece las calles de la ciudad de la Plata con una gran variedad de enunciados. Como ya desarrollamos, muchos de ellos con consignas sociales, publicidad de políticos, internas deportivas, entre otras.

En esta gama de discursos, se puede verificar cómo opera el grafiti a partir de su construcción enunciativa y su ámbito de emplazamiento.

Si bien establecimos a partir de sus temas, retórica y enunciativamente los géneros posibles, la ciudad presenta un fenómeno particular en lo que respecta a los grafitis que tienen por objeto la desaparición de Jorge Julio López. El recorrido histórico de estos textos se inició como un reclamo político social que, hoy por hoy, configura un tema en sí mismo con modos estables de manifestarse y circular.





El 19 de septiembre de 2006, luego de declarar en una de las instancias de los Juicios por la Verdad, el testigo Jorge Julio López nunca volvió a su casa ni nadie supo nada de él, incluso hasta el día de hoy. Desde ese momento, las paredes se vistieron con los enunciados relativos al hecho en sí y las conjeturas que lo rodean.

La fecha es un estigma del espacio público urbano y su silueta un ícono.

El diálogo entre esos enunciados con otros formatos, dichos e instituciones se conjugan en una variedad de maneras de existir siendo el centro urbano su escenario principal, sobre todo en la que llamaremos “zona del reclamo”: aquella comprendida por las paredes exteriores del Ministerio de Economía provincial y sus vecinas.

Varios de los grafitis señalan lo invariable de la situación a través del tiempo pese al reclamo de justicia y aparición con vida. La sensación es de vigencia constante.

La noción temporal, sin embargo, está siempre presente.

En unos casos la referencia enunciativa de un contexto temporal certero no es visible. Una día y un mes sin año hace que todos los 18 de septiembre a las 17 horas se convoque a Plaza Moreno. Asimismo, cada día que uno lee un enunciado contando un día más sin Julio López tiene vigencia en la actualidad, ya que sigue desaparecido.

La víspera de la primavera -cuando fue su desaparición en democracia- se lee en esos enunciados dialogando con otras primaveras como la del Mayo francés y a la frase “Podrán cortar todas las flores pero no detendrán la primavera”.

Las paredes funcionan como ese lugar en el que se atiende a ese tiempo que se detiene pero transcurre. En esta clase la vigencia no se pierde, se reconstruye la escena en donde el pasado da cuenta de este presente con un peso temporal significativo. Que los enunciados aparezcan uno cerca del otro establece aquel diálogo intragrafiti que nos recuerda la realidad.

La pregunta, Y López? construye dos destinatarios: por un lado, la sociedad testigo de la ausencia y los supuestos responsables por ser cómplices del silencio. Por el otro, la lucha por la memoria y el reclamo ante su ausencia.

Esténcils recorren los barrios rompiendo con el monopolio del grafiti a mano alzada que impera en las zonas alejadas del centro comercial-administrativo.

En este caso particular, la construcción del grafiti desentona con las características de ser de la generalidad. Sus formas varían con una lógica de sorprender y recordar.



La superpoblación de estos enunciados tiene lugar en el centro: desde el Ministerio de Economía provincial se dispersan por los barrios del casco urbano platense. Ahora bien, no cualquier grafiti en cualquier pared.

Esos que tienen la denuncia directa en sus frases quedan frente a las instituciones destinatarias directas. Algunos reminiscentes se repiten en ciertas fachadas, sobre todo en avenidas.

La multiplicación de estencils idénticos desparramados por las paredes, la cara de López, las letras que preguntan por él y la acusación al gobierno nacional configura la presencia constante del tema en la agenda diaria platense. Este rasgo extratextual aporta un nuevo sentido: no olvidar. En el centro Julio López no está, en el barrio tampoco, pero sí en sus paredes.

La consigna “Bicentenario sin impunidad. Y López?” sólo se manifestó en las zonas residenciales de la ciudad. Lo inédito de este grafiti fue su contexto temporal de aparición. Dejó de ser septiembre el mes de Julio López para ser durante abril y mayo de 2010 que los barrios se vistieron de este naranja mientras el país se preparaba para el festejo del bicentenario de la patria argentina.



La enunciación.

Cada año con un estilo diferente: el tema y el enunciado X años sin López, el mismo. La variable en la frase es el número.

Primero la consigna apelaba a los días con una construcción tan simple y tan amplia al mismo tiempo: “Buen día vecino hoy se cumple un día más sin López”. A mano alzada, en el barrio día a día el grafiti toma vigencia cinco años después, puesto que López no apareció. No sólo pasó un día más, sino un año, otro y un lustro.

Cada víspera de primavera un nuevo estilo de grafiti recuerda su no aparición.



El enunciado varía en tanto se suman los años. La consigna se mantiene, cambia el estilo, la retórica. Quizás las versiones de los grafitis sobre Julio López son los más representativos en cuanto a las distintas maneras de decir lo mismo en las calles platenses. La inventiva, la intertextualidad hacen del tratamiento del tema en las paredes una verdadera obra literaria.

El tiempo y la vigencia.

Estos grafitis que construyen la desaparición de Julio López tienen la marca temporal instalada casi en la totalidad de sus enunciados. Sobre todo porque su inscripción masiva coincide con las semanas previas al aniversario. Año tras año, lejos de perder vigencia los escritos previos se suman y refuerzan el pedido de justicia.

Durante el primer año las paredes de La Loma se decoraron con la frase: “Buen día vecino, hoy se cumple un día más sin Julio López”.

Cumplido el segundo la cara de López ya era un ícono que se dibujaba con fidelidad.



Las versiones del caso incluyen la síntesis de información en vinculación con la imagen, donde López es un interrogante.





Para recordar los tres años, la operación de los días parece haber desdibujado ese rostro que un año antes había sido exacto al detalle. En este tiempo es que se inicia el recuento de primaveras que van a continuar durante el cuarto aniversario de ausencia. Al interior de su silueta se literaliza el recuento.

Pese a los reclamos y las primaveras, llegó el quinto año sin López y la sensación de las paredes también es la de seguir desapareciendo.



Ya lo textual se representa con un ímpetu más combativo que los años anteriores. El conteo de los días regresó como el primer año, si antes pasaba un día más, ya son mil ochocientos los que pasaron.

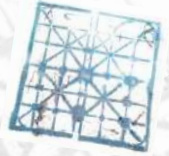
Este camino venía recorriéndose en los grafitis que cada tanto sorprendían las calles del centro.

“Sin López NO hay justicia. Sin justicia NO hay PAZ”.

Muchos de los grafitis tienen firmas de agrupaciones (No Pasarán, Arte al Ataque, Magenta) que luchan por otras causas. En este punto es que se vincula la causa López con la causa Sandra Ayala Gamboa.

El recorrido de los enunciados en un punto se fusiona y sobre el reclamo de justicia el motivo cambia con la impunidad como variable común. Los soportes que comparten este reclamo son escasos,





sino inexistentes. Los medios masivos de comunicación retoman el recuerdo de López durante la fecha simbólica de su desaparición, las marchas en reclamo de justicia remiten justamente a los grafitis que las convocan.

Quizás sea este el único discurso que, cinco años después mantiene el pedido y el recuerdo del hecho. Esto le otorga al análisis de esta temática un plus, más aun siendo ésta la ciudad en la que se sucede día a día la falta de López y la exigencia de su aparición.



SANDRA AYALA GAMBOA.

El 22 de febrero de 2007 encuentran sin vida Sandra Ayala Gamboa en un edificio público provincial donde funcionaba el archivo del Ministerio de Economía y que en la actualidad pertenece a Arba.

Desde entonces, allí en calle 7 e/ 45 y 46 se levantó un mural con el rostro de la mujer y en las paredes del centro local aparecieron una serie de grafitis en torno a este tema. La muerte de Sandra Ayala Gamboa se convirtió en el reclamo por todos los femicidios y la trata de personas.





El pedido de justicia, su nombre y rostro forman parte del paisaje del centro de la ciudad.

Con gran énfasis, el hecho se tomó como ejemplo de los casos de femicidios ocurridos en nuestro país.

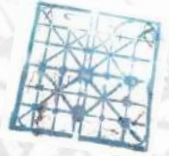
Es por eso, que generalmente estos grafitis son acompañados por otras pintadas con consignas de agrupaciones feministas y reclamos por la no violencia de género.



Similitudes con el caso Julio López.

Estos casos concretos de Jorge Julio López y Sandra Ayala Gamboa, presentan la posibilidad de compararlos, ya que, si bien poseen un gran diferencia desde lo referido al motivo, dichos grafitis tienen varios rasgos en común.

Ambos fenómenos tienen que ver con hechos no resueltos cuya configuración discursiva apela al no olvido y la búsqueda de la verdad desde el enunciado simbólico, icónico y la extratextualidad de su contexto de lectura. Es así que la repetición no es casual. Estos grafitis representan el recuerdo constante.



En ambos temas, los rostros se reproducen en el espacio, apelando a la iconicidad.

En algunos casos, aparecen sin ningún enunciado, pero operan a través de apelación a la memoria, al recuerdo constante y a la idea de que ellos siguen presentes en la circulación platense.



Asimismo, el reclamo de justicia y el paso del tiempo aparecen plasmados en ambos grafitis. La utilización de la palabra “sin” junto con la imagen demuestran constantemente la ausencia.





También la acusación sobre el posible responsable incluye de manera directa al gobierno provincial y nacional.

Otro ícono argentino que se destaca en las construcciones es la letra K. En cada pedido de justicia y reclamo de aparición, el responsable es el gobierno (gestión política en la cual se sucedieron ambos ilícitos).

En los grafitis de Sandra Ayala Gamboa, apunta al gobierno provincial, también desde el silencio debido a que el crimen ocurrió en un espacio dependiente de la administración pública provincial. Señala directamente a Arba, ya que los stencils en mayor medida están en la fachada del edificio público, es decir que el proceso de semiotización produce sentido en el espacio geográfico donde se encuentra emplazado.



Tanto los grafitis de Jorge Julio López como los de Sandra Ayala Gamboa, complementan su discurso con grafitis del contexto. Operan a través de la repetición y no es casual que en la mayoría de los casos aparecen plasmados edificios públicos, tales como el “Ministerio de Economía” y Arba, esta zona de “reclamo”, hace visible y permite la vigencia temática de estos hechos frente a la gran circulación de transeúntes y se construya así uno de sus destinatarios directos.

Tal vez los grafitis de las calles platenses sean el único medio de comunicación por el que se construyen estas cuestiones. El olvido sí ha ganado la televisión, los periódicos y las radios, pero no las calles. La campaña de difusión en el espacio público, se configura así como la lucha que no cesa. A partir de los recursos aplicados al grafiti y los fenómenos antes descritos, el tema circula, está vigente convirtiéndose en otro de los estigmas de las paredes.



CONCLUSIÓN.

El análisis del grafiti construyó a lo largo de estas páginas una versión de la ciudad de La Plata que se representa en la escena comunicacional general que montan a diario esos textos en las paredes.

Asimismo nos acercamos a una definición del medio a través de su estudio y descripción. Partimos de nociones generales que atendían a la espontaneidad de la expresión que quedaron refutadas.

Podemos afirmar que las escenas operan en torno a la dinámica social de determinados espacios de la ciudad como el barrio y el centro.

Mediante la observación y clasificación dimos con que el grafiti significa a la luz de rasgos extratextuales variables que encuentran su razón de ser en el espacio público, condición sine qua non de la manifestación del medio. Este espacio no es homogéneo, ni lo son las prácticas que allí se desarrollan, por lo que cada texto se configura desde él y en diálogo permanente con su simbolismo.

Hay un platense en las pintadas de las paredes. Combativo, crítico de las instituciones de gobierno, fan del fútbol, irónico y lector.

Hay una ciudad en esas pintadas. En ella desaparecen personas, se juega futbol, se vota, se recuerda, viven Mati, Flor y Juan ama a María.

A través de los recursos gráficos y literarios de los que se vale el grafiti para existir representa a un lector veloz, perspicaz, con un bagaje intertextual a flor de piel.

Temática y motivacionalmente, la ciudad se pinta como un lugar atravesado por: Julio López, el fútbol local, la memoria, el rock local, la diversidad de género, los vecinos y la política abordados de una forma recurrente en su tema, no así en su presentación con caballete preferencial en las paredes que comprenden el centro comercial administrativo.

Como en general sucede con los objetos culturales, el grafiti puede ordenarse en categorías que dan cuenta de recurrencias y previsibilidades enunciativas de acuerdo a sus configuraciones. Estas representan géneros que se constituyen con una estabilidad retórica y temática con estilos disímiles. Así es que los géneros discriminables en el grafiti platense son: propaganda política, deportivo y personal.

Como medio de comunicación local, el grafiti platense construye una escena en la que pinta y funda un concepto de ciudad. Las paredes toman un rol de soporte de los discursos sociales atravesados en muchos casos por una noción estética y literaria que construye destinatarios diversos y en distintas situaciones de lectura.



A lo largo de toda la investigación dimos con que el barrio tiene un discurso distinto al del centro.

Las variables desarrolladas dan cuenta de vinculaciones técnico-geográficas, de operaciones de circulación de ciertos temas desde el centro hacia el barrio y viceversa, de estabilidad temporal de ciertos discursos atravesados por diferentes cuestiones textuales y extratextuales.

La vigencia de un texto en la pared tiene como base su anclaje temporal en el enunciado o su caducidad físico-material en la pared a partir del desgaste, la intervención total o parcial o la remoción. En cada caso, las marcas de uno u otro acontecimiento dan cuenta de este proceso.

Además, dimos con que en cada clase, la repetición opera con singularidades semióticas. Los efectos de sentido en este caso apelan a la familiaridad con un texto, a la persuasión, a la apropiación del espacio o al escrache de la denuncia.

A su vez, la retórica particular de ciertos grafitis, manifestada en los recursos aplicados a la construcción de sentido, genera situaciones de lectura diversas a partir del diálogo implícito con los saberes sociales de un código compartido. Las variables significantes de ciertos colores, la utilización de símbolos, el cambio de letras y los íconos establecen ese contrato de lectura al que refiere Eliseo Verón.

Estos géneros que pudimos identificar se componen de un decir, un modo de circulación y una estrategia productiva. La escena final del grafiti platense construye un concepto de habitante crítico, demandante, de denuncia, cómico, informado y en lucha constante por el espacio de esa ciudad a la que pinta y construye con sus dibujos y palabras.



BIBLIOGRAFÍA.

■ **DEZZI Belén, INDIJ Guido.**

¡Hasta la victoria, Stencil!. La Marca, 2004.

■ **PEIRCE, Charles Sanders.**

La ciencia de la semiótica. Buenos Aires, Nueva Visión, 1974.

■ **SILVA, Armando.**

Publicaciones del Instituto Caro y Cuervo, series Minor XXIX. Bogotá, 1987.

■ **STEIMBERG, Oscar.**

Semiótica de los Medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires, Atuel, 1993.

■ **VERÓN, Eliseo.**

El contrato de lectura. Ficha Fac de Ciencias Sociales, UBA. Buenos Aires, 1988.

Complementaria.

■ **SCHMUCLER, Héctor.**

Memorias de la Comunicación, Editorial Biblos

■ **SOUZA, María Silvina.**

Comunicación y espacio público en la ciudad de La Plata. Circulación, recorridos y encuentros. Pensar Iberoamérica; Revista de Cultura Número 4, Junio-Septiembre de 2003. Disponible en web: <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica>.



Anexo

