

# Del horizonte al texto: el paisaje cultural como categoría semiótica. El caso del grafiti *tag* en Montevideo, Uruguay

From horizon to text: the cultural landscape as a semiotic category. The case of graffiti *tag* in Montevideo, Uruguay

Recibido: noviembre 2022

Aceptado: junio 2023

Amalia Lejavitzer<sup>1</sup>

Richard Danta<sup>2</sup>

## Resumen

Este artículo estudia el paisaje desde una perspectiva que considera la categoría semiótica de texto para entender los fenómenos materiales, inmateriales y simbólicos asociados a un territorio; en particular, aborda el caso de los paisajes culturales urbanos y la incidencia del grafiti *tag* en su transformación. Para ello, se toma como punto de partida un modelo conceptual de texto que permite la comprensión del paisaje como un conjunto de significados abiertos a la interpretación de quien lo contempla. Se ejemplifica con el caso del grafiti de firma *tag* en la ciudad de Montevideo. Se concluye en que el paisaje no solo es una categoría de lo patrimonial, sino también un instrumento epistémico de carácter semiótico para el análisis de diversos fenómenos vinculados con el territorio, desde una dimensión tanto sensorial como metafórica.

## Palabras Clave:

paisaje cultural; patrimonio cultural; semiología; grafiti

## Abstract

This article studies the landscape from a perspective that takes the semiotic category of text to understand the material, immaterial and symbolic phenomena associated with a territory. It deals with the case of urban cultural landscapes and the incidence of the graffiti *tag* in their transformation. For this, a conceptual text model is taken as a starting point that allows the understanding of the landscape as a set of meanings open to the interpretation of whoever contemplates it. It is exemplified by the case of *tag* graffiti in Montevideo city. It is concluded that the landscape is not only a category of heritage, but also an epistemic instrument of a semiotic nature for the analysis of various phenomena related to the territory, from both a sensory and metaphorical dimension.

## Keywords:

cultural landscape; cultural heritage; semiology; graffiti

<sup>1</sup> Nacionalidad: uruguaya; Adscripción: Departamento de Humanidades y Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay (UCU); doctora en Letras por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); email: amalia.lejavitzer@ucu.edu.uy; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0663-1957>

<sup>2</sup> Nacionalidad: uruguayo; Adscripción: Universidad Católica del Uruguay (UCU); doctorando en filosofía por la Universidad de Salamanca, España; email: richard.danta@ucu.edu.uy; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4878-1657>

## Introducción

El paisaje cultural ha sido reconocido por la UNESCO como una categoría patrimonial desde 1992 (Luengo, 2013), pero en el año 2000, en el marco del Convenio Europeo del Paisaje, surge una definición realmente comprehensiva del término: “por *paisaje* se entenderá cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y humanos” (Convenio europeo del paisaje, 2000, cap. I, art. 1, inciso a). En esta definición se destacan dos elementos que sirven de fundamento para este artículo: primero, el paisaje es *percepción*; segundo, el paisaje es *transformación*, en tanto es el resultado de la acción de la naturaleza y de los individuos que habitan, intervienen y se apropian de un determinado territorio.

Como *percepción*, el paisaje se constituye en un conjunto de signos, reunidos e integrados en una unidad textual, susceptible de ser interpretado (mirado o leído) desde diferentes puntos de vista que dependen del sujeto que observa.

En este sentido, el concepto de *paisaje cultural* se presenta como un nodo teórico capaz de articular distintas perspectivas disciplinares para el análisis, comprensión e interpretación de esos fenómenos. Este artículo muestra una aproximación al concepto *paisaje cultural* desde el enfoque de la semiótica. Esta puede entenderse como un campo intelectual disciplinar, en el sentido de Pierre Bourdieu (2002); más específicamente, según establece Umberto Eco en *Los límites de la interpretación*:

la semiótica estudia tanto la estructura abstracta de los sistemas de significación (lenguaje verbal, juegos de cartas, señales de tráfico, códigos iconológicos y demás) como los procesos en cuyo transcurso los usuarios aplican de forma práctica las reglas de estos sistemas con la finalidad de comunicar, es decir, de designar estados de mundos posibles o de criticar y modificar la estructura de los sistemas mismos (Eco, 1992: 287-288).

En términos operativos, la semiótica permite el estudio de los complejos dispositivos y operaciones de sentido que dan significancia a los eventos, objetos, relaciones y situaciones humanas. Después de todo, no hay sentido ni

comunicación posible si no es a través de signos ordenados según estrategias de expresión y comunicación. En palabras de Magariños de Morentín

la semiótica proporciona, en este momento de la historia del conocimiento científico (o, simplemente, riguroso), un enfoque y un conjunto de instrumentos que la sitúan como *un método preciso y eficaz para explicar el proceso de producción, comunicación y transformación del significado en el campo de las ciencias sociales* (y no sólo de ellas) (Magariños de Morentín, 2008: 127).<sup>3</sup>

Más aún, en la ya citada definición de *paisaje* del Convenio Europeo del Paisaje (2000) está implícita su condición *indexical*, que responde a un sujeto que percibe desde un lugar determinado. Por ello, en este artículo se concibe el paisaje como un texto y se propone como una categoría semiótica que puede utilizarse como herramienta epistémica y analítica para entender aquellos fenómenos vinculados con el territorio, desde una dimensión tanto física-material como otra simbólica-metafórica.

Este artículo se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, a modo de antecedentes, se presenta el origen del concepto *paisaje*, entendido como una representación visual de aquellos elementos materiales que conforman un espacio. Se subraya el carácter construido del paisaje y, con base en esto, se analiza la pertinencia de la noción *paisaje cultural*, sus valores patrimoniales e identitarios: más aún se postula la idea de que el paisaje es cultura.

A continuación, se justifican las bases que sostienen la familiaridad entre el paisaje y el *texto*, tomando como eje analítico el *punto de vista*, componente intrínseco de ambos conceptos: el paisaje se percibe desde un punto de vista que resulta constitutivo y el texto siempre revela un punto de vista intencional o significativo. También se discute la condición de portadores de sentido del paisaje y del texto, que ofrecen siempre la promesa de una vinculación con un otro que contempla (el paisaje) y lee (el texto). En seguida, se presenta la capacidad transformativa que tiene el paisaje, al dotar de identidad y significado una materialidad espacial sin sentido, dicho de otra manera, el paisaje es un territorio

<sup>3</sup> Las cursivas son del autor de la cita.

transformado y resignificado. En particular, en el caso de los paisajes urbanos se destaca su cualidad dinámica pues están en continua transformación, fruto de las diversas manifestaciones políticas, artísticas y culturales de sus habitantes, quienes permanentemente están produciendo un conjunto de nuevos significados y valores en la percepción de ese territorio específico (la ciudad) devenido, así, en paisaje.

Por último, a modo de ejemplo de la utilidad analítica del concepto *paisaje cultural* como una categoría semiótica, se estudia el caso del grafiti de firma *tag* en tanto una forma textual que configura y reconfigura los paisajes urbanos, y se ilustra con una breve referencia a su presencia en la ciudad de Montevideo.

### El paisaje como representación del espacio

Tradicionalmente se ha identificado el paisaje con la panorámica visual de un fragmento geográfico, quizá porque los primeros estudios del paisaje surgieron precisamente en el ámbito de la Geografía. Si bien en un principio, fue considerado un término equivalente a los de área y región, ya desde principios del siglo XX, Carl Sauer llamó la atención sobre el carácter asociativo del paisaje más allá de ser una mera escenografía, entendiéndolo como un conjunto de formas tanto físicas como culturales (Sauer, 2012 [1925]). Desde entonces, se advirtió que el paisaje es una construcción humana que hace de la espacialidad una manifestación sensorial con implicaciones culturales, sociales, económicas, políticas y estéticas. Como señala Castillo Poveda al hablar de paisaje, “el espacio que involucra dicha denominación no es solamente el ente físico y geométrico que refiere la investigación, es el conjunto de relaciones sociales, históricas y ambientales que lo han rodeado, así como participado en su transformación” (Castillo Poveda, 2016: 20).

En un principio, el paisaje estaba íntimamente vinculado con la representación gráfica de los espacios objeto de propiedad. La cartografía y la pintura geográfica del siglo XV fueron formas de registrar la materialidad espacial, para indicar trayectorias y posicionar límites. Sin embargo, estos registros de la extensión del territorio y de los accidentes geográficos se hacían desde un punto de vista determinado: la mirada del cartógrafo que daba institución a las

posesiones del señor (Maderuelo, 2010). Para ello, se ubicaba a una altura que le permitiera observar el horizonte, de modo de transformar todo aquello que abarcaba su mirada en una imagen que traducía visualmente los dominios de su patrono. El paisaje se vuelve, entonces, producto de un punto de vista privilegiado, una representación que implica una apropiación visual del espacio.

Se define *representación* como la presencia de algo que sustituye a otra cosa ausente. Esta acción implica una transferencia de sentido, por la cual la significación de lo ausente se traslada a lo presente, para todo sujeto que se relacione con ello (Eco, 1992). Es el caso de la intervención humana en el espacio, para volverlo paisaje. Una vez constituido, este vale no solo por su presencia perceptiva, sino también por las intenciones, propósitos, valores e ideas sobre el mundo que están implicados en su propia existencia. En otras palabras, los paisajes son modalidades representacionales del espacio, cuando este es modelado por la cultura.

La cartografía y la pintura geográfica eran dos formas de representación espacial de gran relevancia. No obstante, sin importar su complejidad y delicadeza gráfica, no eran más que instrumentos que no preveían la contemplación. Para ello estaban las (bellas) artes figurativas, que recreaban la percepción visual por medio de la imaginación y la destreza del trazo, la pincelada y la mancha. La tradición del paisaje como tema y como género pictórico toma un potente impulso a partir del Renacimiento, con las escuelas italiana y flamenca (Folch y Bru, 2017). Desde entonces y hasta las manifestaciones pictóricas de la época contemporánea, se vuelve evidente la condición semiótica del paisaje que se insinuaba en los mapas y la pintura geográfica.

Como señala Tesser Obregón:

las primeras nociones que se tienen del término *paisaje* provienen de sus orígenes que en las lenguas románicas o neolatinas deriva del latín *pagus*, que significa país y *pagensis* que corresponde a campestre. A partir de estas dos palabras se originaron los términos: *paysage* (francés), *paisatge* (catalán), *paisagen* (portugués), *paessagio* (italiano), *paisaje* (castellano), etc., con el sentido de vinculación entre un lugar o territorio y una determinada comunidad o individuo que lo utiliza y lo transforma (Tesser Obregón, 2000: 20).

Se puede afirmar que el paisaje es una manera de categorizar una materialidad espacial más o menos extensiva asociada a una comunidad o individuo que toma posesión de ella y la interviene, ya sea con fines productivos, políticos, económicos, sociales, simbólicos o artísticos. Tal es el caso del grafiti —particularmente del grafiti *tag*—, como se verá más adelante, que permite que individuos simbólicamente desposeídos “se apropien de territorios urbanos dominados por las normas y las reglas establecidas por los grupos dominantes” (Caetano, 2017: 80).<sup>4</sup> El paisaje implica, entonces, una naturaleza reclamada y transfigurada por el accionar humano.

### **Paisaje cultural: patrimonio e identidad**

En 1925, en *Morfología del paisaje*, Carl Sauer señala que “el paisaje cultural es creado por un grupo cultural a partir de un paisaje natural. La cultura es el agente, el área natural es el medio, el paisaje cultural es el resultado” (Sauer, 2012 [1925]: 20, parágr. 70). Esta obra fue pionera en la categorización del paisaje cultural: tuvieron que pasar más de sesenta años para que la Unesco reconociera el paisaje cultural como una categoría patrimonial, en el año 1992 (Luengo, 2013).<sup>5</sup>

Aunque los antecedentes se remontan a 1962, en la *Recomendación sobre la protección de la belleza y el carácter de los lugares y paisajes*, donde la Unesco señala la necesidad de proteger y preservar los paisajes, y en la *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural* de 1972, que incluye los paisajes entre los bienes que integran el patrimonio cultural, en estos documentos se omite la dimensión inmaterial y simbólica de los paisajes. Más bien se centran en los testimonios materiales de dichos espacios, en los objetos, y se deja de lado el dinamismo del continuo accionar tanto de los seres humanos como de los mismos fenómenos naturales sobre esos territorios. Especialmente se olvida la dimensión subjetiva del paisaje, ya que, como se ha señalado antes, este solo cobra sentido cuando el ser humano lo percibe como tal.

Tras un profundo proceso de debate, discusión y revisión (Silva Pérez y Fernández

Salinas, 2015), hoy en día la Unesco reconoce bajo la denominación de paisaje cultural los bienes patrimoniales capaces de reflejar la especificidad de un determinado espacio que identifica y reconoce un grupo humano, pero que también presenta valores naturales, materiales, espirituales, éticos y estéticos que trascienden esa matriz biofísica concreta e interpelan a la humanidad en su conjunto.

En este sentido,

un paisaje cultural es el resultado de la interacción del ser humano sobre el medio natural, las huellas de sus acciones en un territorio cuya expresión es percibida y valorada por sus cualidades específicas y, por ser soporte de la memoria y la identidad de una comunidad. Todo territorio que cuenta con cualidades estéticas e históricas debe ser considerado como paisaje cultural y no tan solo como sitios que requieren de atención por su vulnerabilidad (Carta Iberoamericana del Paisaje Cultural, 2012: 1).

Se distinguen tres tipos de paisajes culturales: los creados por el ser humano con intención y que son producto de acciones de diseño (parques y jardines); los evolutivos, que han surgido como consecuencia de intervenciones sociales, económicas, administrativas y religiosas, sin necesariamente una intencionalidad de alterar el horizonte visual o espacial (como los cultivos y los espacios ritualizados y ceremoniales); y, por último, aquellos paisajes que asocian los aspectos visuales del horizonte geográfico con valores religiosos, artísticos y culturales (Rössler, 2002).

Por su parte, Tesser Obregón (2000), ha identificado cuatro dimensiones en el paisaje cultural: estética (refiere a las acciones artísticas y a los procesos estéticos vinculados a la sensorialidad que se desarrolla en alguno de los ámbitos de la creación), espacial-territorial (no se limita a la organización de la materialidad física, sino que también aborda los procesos de identidad vinculados a los territorios y a los procesos de producción de espacialidad), sociocultural (abarca todo fenómeno estudiado por las Ciencias Sociales y Humanas que implique grandes poblaciones o asentamientos regionales y locales) e interpretativa

<sup>4</sup> Traducción propia del portugués al español.

<sup>5</sup> Al año siguiente, en 1993, se inscribe el Parque Nacional de Tongariro, en Nueva Zelanda, como el primer sitio en la Lista del Patrimonio Mundial en dicha categoría.

(alude a experiencias con el entorno que integran componentes comunicacionales y expresivos, y que privilegian la perspectiva del *sujeto consumidor*, en el sentido sociosemiótico, es decir, un sujeto que significa la experiencia con el entorno en un contexto cultural específico).

A la tipología tripartita de paisaje, se podría agregar una cuarta clase: el paisaje cultural como una metáfora de fenómenos que aúnan la espacialidad y la sensorialidad. Es el caso, por ejemplo, de los entornos sonoros o de las ecologías aromáticas.

Este cuarto tipo de paisaje podría considerarse como una categoría analítica y no solo como un fenómeno social e histórico. Los paisajes metafóricos son prácticas, usos, situaciones, identidades y ámbitos de la vida cuya ontología no es estrictamente sensorial, pero su comprensión puede optimizarse si se concibe a estas expresiones culturales como textos paisajísticos. Es decir, si se reconoce en ellos constructos ostensivos (mostrados y compartidos por una comunidad) de signos entramados e integrados en una unidad, interpretables y condicionados por un punto de vista particular (no necesariamente sensorial, pero siempre semiótico).

De hecho, el paisaje puede entenderse como un texto que habla de su cultura originaria y permite establecer conversaciones y disputas con otras culturas. Así como Montanari establece una analogía entre los sistemas alimentarios y el lenguaje, esta correlación podría extrapolarse al paisaje, cuando señala que, al igual que la lengua hablada,

contiene y transporta la cultura de quien la practica, es el depositario de las tradiciones y de la identidad del grupo. Constituye, por lo tanto, un extraordinario vehículo de autorrepresentaciones y de intercambio cultural: es instrumento de identidad, pero también es el primer modo para entrar en contacto con culturas diversas (Montanari, 2004: 153).<sup>6</sup>

El paisaje cultural propone un punto de vista propio, que se encuentra con el punto de vista de quien lo observa. Ahí radica la conversación: dos perspectivas que confluyen en un esfuerzo por revelar el valor patrimonial del paisaje. Este acercamiento es posible ante un territorio espacial, pero también ante un territorio sensorial simbólico, ético y estético. En definitiva, el paisaje

cultural, considerado como un texto, puede ser una categoría analítica de gran poder explicativo, o al menos, de gran sugestión heurística.

### **El paisaje cultural como texto y categoría semiótica**

El paisaje cultural es una semiosis identitaria asociada a la territorialidad espacial, ya sea de arraigo o de tránsito. Pero también es una metáfora que permite entender fenómenos dotados de cualidades inmersivas semejantes a la sensorialidad ambiental, como la visualidad urbana, el sonido, las prácticas culinarias y gastronómicas, o los artefactos patrimoniales y del cine casero, que resguardan y activan experiencias del pasado a la manera de horizontes de comprensión.

Esta consideración relaciona los paisajes culturales y los territorios con aquellos dispositivos semióticos que funcionan como nódulos de experiencia y de entendimiento, con motivaciones expresivas y comunicacionales, llamados *textos*. En palabras de Ramírez Velázquez y López Levi, el texto

se entiende más allá del ámbito de lo escrito e incorpora pinturas, mapas, formas urbanas e incluso instituciones sociales, vistos éstos como prácticas de significación que se van construyendo al mismo tiempo que se van leyendo. A partir de ello se identifican narraciones, discursos y metáforas, que serán leídos por comunidades textuales, es decir, grupos de personas que tienen bases de entendimiento semejantes para la interpretación (Ramírez Velázquez y López Levi, 2015: 89).

El paisaje cultural, entonces, resulta un texto por derecho propio. En otros términos, si el texto se define como un complejo mecanismo inferencial que exige al lector una continua actualización de los contenidos implícitos, entonces “para poder entender un texto, el lector debe «llenarlo» con una cantidad de inferencias textuales, vinculadas a un amplio conjunto de presuposiciones definidas por un contexto determinado” (Eco, 1992: 334).

El paisaje cultural sugiere a quien lo contempla el punto de vista que lo originó, presenta signos ordenados por criterios socialmente definidos, y los integra para configurar una unidad reconocible, que se abre al consumo semiótico

<sup>6</sup> Traducción propia del italiano al español.

de todo aquel que responda a las estrategias de lectura que propone. En tanto texto, el paisaje no es una agrupación inerte de signos, sino que se abre a negociaciones de lectura. Quien contempla interpreta, reconoce y recrea a partir de lo que se le muestra o se le insinúa. De esta manera, la relación con el paisaje es un vínculo textual activo, provocado y favorecido por el carácter eminentemente ostensivo del paisaje, más allá del lenguaje expresivo de esa ostensión (lo visual ha sido tradicionalmente privilegiado, pero los sonidos, los aromas, los sistemas alimentarios y hasta las proxémicas étnicas también merecen considerarse).

Esta fenomenología ostensiva del paisaje justifica su análisis semiótico, y la aplicación del concepto de texto como un instrumento que describe, clasifica y evidencia las relaciones entre los componentes del paisaje, así como su acción significativa en su entorno. Si el texto es un conjunto entramado de signos que funcionan como un todo para proponer una interpretación del mundo, su viabilidad como dispositivo metodológico para comprender el paisaje puede resultar de interés para quienes aspiren a entender el sentido de los paisajes culturales, que expresan, comunican, conservan y transforman la cultura.

La categoría semiótica *texto* permite entender cómo el paisaje habla de su propia cosmogonía sensorial, de la cultura que lo hizo posible, de sus intereses y de la mirada que promueve, y puede explicar cómo entra en conversación con la cultura en la que circula, aunque sea muy distante de sus principios originarios. Así, el paisaje cultural cumple con la condición de todo objeto y práctica patrimonial: evidencia y traduce sus circunstancias de creación a espectadores que no participaron en sus orígenes. El paisaje cultural, así como el patrimonio mismo, “puede entenderse como un puente entre el pasado y el presente de una sociedad, como *herencia*, como materialización de las continuidades y al mismo tiempo símbolo de transmisión” (Espeitx, 2004: 194).

### **El paisaje como transformación del territorio**

En el epílogo a la obra de Joan Nogué, *El paisaje social*, Martínez de Pisón sostiene que

el paisaje es constitutivamente dinámico. Su misma forma, que puede a veces parecer fijada, es efecto de una estructura geográfica en evolución. Pero además es un ingrediente

de entidad el lado subjetivo del paisaje, el «interior» que se añade al objetivo, al «exterior», y lo reconfigura culturalmente, incluso creativamente. Es aquí donde estriba la primera separación profunda entre los conceptos de paisaje y de «territorio». Este entendimiento del paisaje adquiere valores particulares con los significados, los sentidos culturales otorgados por el arte, por el pensamiento, por la ciencia, por los mitos, las referencias antropológicas, los usos, por su personalidad, por su capacidad, su modalidad y su resistencia física, por su belleza, por la identificación en él del pueblo que lo habita. El paisaje está filtrado por la cultura. El paisaje es un nivel cultural (Martínez Pisón, 2009: 333).

El paisaje puede concebirse como un espacio dotado de identidad; esto es precisamente un territorio: un fragmento de materialidad física elevado a la condición de semiosis identitaria.

Si bien la materialidad espacial es la sustancia constitutiva del territorio, esto no es suficiente. El territorio también requiere límites e identidad, es objeto de posesión y de tránsito, y expresa a las instituciones humanas (la propiedad, privada, comunitaria o divina), al dejarse transformar. O mejor, más que transfigurado por la intervención humana, el territorio surge a partir de esa intervención. Sin acción humana no hay territorio, solo materialidad espacial sin sentido.

Se puede decir, entonces, que el paisaje se vuelve la dimensión sensorial del territorio, lo hace reconocible porque lo somete a estereotipos perceptivos configurados por la cartografía, el arte, arquitectura y el urbanismo. Incluso un mismo paisaje es susceptible de ser leído o interpretado desde distintas perspectivas, según quien lo observa. Esto resulta evidente en la interacción que se establece entre el grafiti y el paisaje urbano, ya que puede ser interpretada a partir de sus valores ideológicos o estéticos (Caetano, 2017), pero finalmente es gracias a su cualidad textual que vuelve a la ciudad un espacio privilegiado de comunicación.

En otros términos, el paisaje es un instrumento semiótico que hace reconocible al territorio y lo dota de identidad sensorial. Todo paisaje es necesariamente *cultural*, porque depende de un sentido que lo percibe y lo carga de significación. Por eso se puede afirmar que el paisaje es percepción representacional, y se configura como

el resultado de la transformación de un territorio o incluso de otro paisaje mediante la acción humana (acción física y acción semiótica). Al punto de que algunos autores sostienen que cada sociedad tiene su propio paisaje (Folch y Bru, 2017).

### **El grafiti *tag* en los paisajes urbanos de la ciudad de Montevideo**

Así como el paisaje supone una transformación del mundo, que se percibe de manera sensorial y responde a un punto de vista determinado, de la misma manera el grafiti constituye una intervención en la materialidad del espacio que causa la transformación del paisaje urbano (Barja, 2008; Caetano, 2017), como se verá enseguida.

Los espacios urbanos conforman territorios particulares. Sus regímenes de visualidad, es decir, lo que puede mostrarse y no mostrarse y los lenguajes utilizados, son múltiples y se organizan según criterios sancionados socialmente (Brea, 2007). La arquitectura, el mobiliario público, la señalética, el urbanismo y la paisajística en general, y las fachadas y jardines de espacios habitacionales, en particular, así como la publicidad, los medios de transporte, y el arte urbano, son todos códigos que inciden en la visualidad de la ciudad y cuyos textos constituyen la trama de los paisajes urbanos (Nogué, 2010). Dicho, en otros términos, la ciudad es escenario de múltiples textos, de diferente naturaleza semiótica (arquitectónica, urbanística, publicitaria y artística), y, a la vez, se constituye como paisaje a partir de ellos. Pero esta no es una condición simplemente determinada por las autoridades municipales de la ciudad. Los habitantes y transeúntes modulan la visualidad, al colonizar espacios y amontonarse en horas pico, o al experimentar la ciudad como un escenario de prácticas de traslado y de disfrute o sufrimiento (no puede ignorarse a las personas que hacen de plazas, umbrales de edificios y hasta de las calles su precario hogar). Es decir, la ciudad es “un lugar de encuentro y de comunicación” (Caetano, 2017: 78), producto de una conversación textual que funciona como contexto a la vida de sus habitantes (y visitantes ocasionales). Entre estos fenómenos de diálogo textual hay uno que se destaca por actuar *en y desde* la visualidad urbana, y que revela y coloniza los parámetros visuales de la ciudad: el grafiti.

Más aún, por su componente textual-visual, el grafiti se vuelve una poderosa herramienta de comunicación (Arezo Khan, 2020) y, del amplio conjunto de manifestaciones, expresiones e intervenciones de los habitantes de la ciudad, quizá sea la acción urbana que mayor incidencia tiene en la conformación y transformación del espacio público. De hecho, pueden considerarse que los paisajes urbanos son el resultado, percibido, de esas transformaciones (Briceño-Ávila, 2018; Caetano 2017).

En tanto gesto de intervención que opera en la ciudad proponiendo relaciones de negociación con el espacio urbano, el grafiti en las últimas décadas viene experimentando un creciente proceso de institucionalización, que no siempre ha sido sostenido y que ha tenido momentos de ralentización y hasta de retroceso, pero que, a juicio de Javier Dotta Ambrosini (2015), ha promovido un giro pictórico que ha transfigurado las ciudades. Un buen ejemplo de esto es la ciudad de Montevideo (Epstein, 2007).

Fundada en 1726 como capital de la hoy República Oriental del Uruguay, Montevideo centraliza gran parte de la actividad cultural (y también política y económica) del país y ha mantenido una relación de progresivo entendimiento con las prácticas de los grafiteros.

Como refiere Ricardo Klein (2019), en su texto, *Del gris al color de la ciudad. Una aproximación sociológica al grafiti y el street art en Montevideo*, el término de la dictadura cívico-militar sufrida por Uruguay (1973-1985), dio lugar a una explosión de prácticas culturales, entre las cuales el grafiti, en particular aquel de tono político, se destacó por asediar las calles y fachadas de la ciudad. Luego de un primer período catártico, el grafiti montevideano empezó a acercarse a las características globales del fenómeno, a raíz del regreso al país de jóvenes que habían vivido el exilio, y que ahora volvían con la impronta de las culturas callejeras de Europa y de Estados Unidos, y también por el surgimiento de una subcultura hiphop autóctona a partir de la aparición de bandas que lograron dialogar con los géneros musicales locales. Ya para la primera década del siglo XXI, el grafiti en Montevideo registra dos manifestaciones dominantes: las piezas y las llamadas *bombas*. Estas evidencian la aún presente influencia de la cultura hiphop; por su parte, los murales han devenido en la forma más presente del llamado

*street art*. Hoy el grafiti parece aceptado tanto por las autoridades municipales que incluso promueven concursos abiertos por igual a grafiteros incipientes y a profesionales, como también por la población que muchas veces invita o incluso contrata a muralistas y grafiteros para decorar sus barrios<sup>7</sup>. A través de estas acciones de institucionalización el grafiti se ha querido someter a regímenes textuales controlados, donde el sentido, originalmente transgresor de la expresión grafitera, se ordena y regulariza en sentidos modelados por la apropiación de los estamentos municipales o del mercado del arte. Al ser cooptado por los poderes vigentes, el grafiti ve domesticado su sentido popular y emergente.

No obstante, esta convivencia entre los regímenes visuales de la ciudad y las prácticas grafiteras no ha sido capaz de inhibir una manifestación del grafiti que se ha mantenido en los márgenes, a la vez que se impone de forma permanente e ineludible desde fachadas y mobiliario urbano, de manera revulsiva y en constante rebeldía. De todas las formas de grafiti, la firma *tag* es la que tiene más resistencia a los esfuerzos de regulación y domesticación.

**Figura 1. Calle Torremolinos, Montevideo, 2018**



Fuente: Richard Danta, Universidad Católica del Uruguay

Su forma es la de un garabato, similar a la firma personal debido a su ilegibilidad y configuración gráfica (González Requena de Ferré, 2017), no es considerado bonito, no parece manifestar capacidad técnica (aunque esto pueda ser discutido si se atiende a la

plasticidad de las formas enroscadas de sus grafías), no despliega color ni volumen y no presenta sentidos reconocidos (figura 1). Es como un texto fantasmal: su presencia es innegable, pero los sentidos que propone se escapan a la interpretación de quienes no forman parte del grupo de sus autores. Rara vez aparece solo, y eso contribuye a su resistencia. Los *tags* se arremolinan en una superficie, pero no se ordenan en patrones regulares, sino que se superponen sin dirección clara, como si su único interés fuera disputarse las superficies de la ciudad.

Esta breve descripción permite identificarlos como textos intrusos que interrumpen los paisajes de la ciudad, pero lo hacen centímetro a centímetro y no de forma planificada. Por lo menos hasta que se acumulan y, entonces, funcionan como manchones en expansión en paredes, calles, postes de luz, paradas de autobuses, mobiliario público y monumentos. Los *tags* inundan Montevideo con una persistencia feroz, reclamando espacios propios, pero también compitiendo con otras formas del grafiti, aunque rara vez mancillan gravemente los murales (Epstein, 2007) (figura 2). Su condición textual es paradójica (no hay duda de que entrama signos como un texto, pero son ilegibles) y parásita (su presencia que no refiere a nada más que a sí mismos, adquiere valor por aquellos otros textos que acompaña, ya sean otros grafitis o los textos arquitectónicos de la ciudad).

**Figura 2. Calle Estero Bellaco, Montevideo, 2015**



Fuente: Richard Danta, Universidad Católica del Uruguay

<sup>7</sup> Acercar el grafiti al diseño y al arte ha sido una de las acciones exitosas para transformarlo, de acto catártico y disidente en acto decorativo (Lewisohn, 2010), en el cual se logra una cierta *domesticación* de su carácter disruptivo en la disputa por la visualidad urbana.

Ahora bien, si son textos que configuran nudos visuales solo por aglomeración y su irrupción parece un ejercicio de impertinencia, ¿se podría aplicar la categoría del paisaje cultural para comprenderlos? La clave está en el punto de vista, que resulta un elemento constitutivo de todo paisaje.

Un punto de vista es capaz de evidenciar una perspectiva, un momento o una idea sobre el mundo. Sin embargo, se señaló también que los grafitis de firma *tag* son ilegibles. La aparente contradicción de estas afirmaciones se diluye si en vez de preguntar qué dicen los *tags* se cuestiona quién “habla” a través de ellos, y más aún, qué hace al “hablar”. Aquí está lo significativo y el valor heurístico del paisaje como categoría analítica: si se identifica en la forma del *tag* una firma, entonces debe haber un firmante, y, por lo tanto, este tipo de grafiti es una afirmación de una identidad evasiva. No hay forma de saber quién estuvo allí, pero no hay duda de que hubo un sujeto, cuya intención fue marcar las superficies, y con esa acción transformar la propiedad ajena (ya sea la fachada de una casa particular, el banco de una plaza, un refugio de autobús o un monumento de la ciudad) en territorio propio (figura 3).

Figura 3. Calle Uruguayana, Montevideo, 2016



Fuente: Richard Danta, Universidad Católica del Uruguay

El territorio es un espacio dotado de identidad, y, por lo tanto, una superficie marcada con *tags* es un territorio que se reclama para sí. El grafiti de firma, especialmente cuando se acumula en una superficie, se comporta como un texto *indexical*: conecta la grafía visible con un sujeto no visible que marca las superficies con un signo que se comporta como lo hace un emblema. Si el *tag* se parece a una firma, y si esta suele utilizarse para establecer derechos y obligaciones mediante contratos, este tipo de grafiti opera una performance de apropiación, que hace del territorio ajeno un territorio propio. Así, esta clase de grafitis funciona como un texto desordenado, pero de gran poder de ostensión: cuando se reúnen los *tags* no suelen ser ignorados, porque mancillan los paisajes urbanos. Son textos generados no por una sistémica integradora, sino por el encuentro competitivo de múltiples signos, que, aun cuando no son leídos como individualidades, sino como aglomeraciones, gritan un gesto de desafío y apropiación de los territorios ajenos.

Como comenta Alain Mons en *La metáfora social*,

se trata de prefiguraciones más que de figuras propiamente dichas, las representaciones salvajes permanecen en un estado informe. Pero de ese estado pueden nacer unas figuras de actualidad, unos motivos anunciadores, virtuales. Como hace notar Alain Medam, las formas sociales se constituyen para extirparse del vacío aterrador de lo informe. Así, las figuras gráficas elípticas o hiperrealistas de los “tags” se trazan para escapar a la nada de los suburbios. Se instituyen efímeramente en el intervalo de la congruencia formal, de tal modo que el sentido sea insuficiente en él, pero que la expresión sea lo bastante significativa (de un malestar, de una manifestación individual, de una deriva colectiva...) (Mons, 2010: 239-240).

Los grafitis de firma *tag* desafían los regímenes de visualidad de la ciudad, contaminan a los paisajes visuales y representan una disputa de guerrilla con el orden urbano, y ciertamente atentan contra el patrimonio. En ese sentido, la ciudad de Montevideo, con su proliferación de *tags*, deja de ser solo una galería de espontaneidad creativa (en cierto modo relativa, ya que hay poco de espontáneo en un concurso municipal o en la contratación de un grafitero para decorar un barrio), donde sus habitantes celebran murales, piezas y bombas hiphop, para volverse también

un espacio de irreverencia que revela un coro cacofónico de voces que hablan desde sujetos ilegibles, pero que reafirman su presencia a partir de garabatos que colonizan los espacios urbanos. En otras palabras, los *tags* en Montevideo se comportan como textos cuya potencia no está en lo que dicen (quién es su autor), sino en lo que hacen al decir: toman territorios ajenos para volverlos propios. De una manera violenta y desde la clandestinidad, transforman el territorio y lo convierten en un paisaje propio, construido con base en la disputa con los paisajes institucionalizados (figura 4). Más aún, el paisaje constituye una manera de ser y estar en el mundo, porque como sostiene Jean-Marc Besse,

si el paisaje es parte de nuestro *ser-en-el-mundo*, si es uno de los elementos constitutivos, incluso fundador, de nuestras identidades personales y colectivas, y, más aún, si es correlativo de la formación y de la formulación de necesidades existenciales, nosotros ya no podemos más hablar de él únicamente en términos de la vista, del espectáculo, de la exterioridad y de la distancia (Besse, 2010: 13).<sup>8</sup>

El grafiti *tag*, entendido como un texto autorreferencial e ilegible, interviene en la ciudad operando una transgresión que replantea los términos del diálogo textual urbano. Transforma los paisajes imponiéndose en la trama de sus signos, resignificando los sentidos o anulándolos. De ahí la utilidad analítica de concebir al paisaje cultural como un texto: solo atendiendo a la fuerza semiótica del paisaje como dispositivo comunicacional puede comprenderse su incidencia en el *ser-en-el-mundo* de los habitantes (y visitantes) de la ciudad.

Figura 4. Bulevar Gral. Artigas, Montevideo, 2018



Fuente: Richard Danta, Universidad Católica del Uruguay

## Conclusiones

A lo largo de las páginas anteriores se propuso el concepto *paisaje cultural* no solo como una categoría patrimonial, sino como instrumento analítico que permite reflexionar, estudiar e investigar sobre los fenómenos asociados a los entornos materiales, sociales, sensoriales y metafóricos en un territorio.

En particular, el paisaje cultural se vinculó con la categoría semiótica de *texto*, al entender que un paisaje reúne signos sensoriales de manera integrada, lo que permite reconocerle un sentido y una identidad. El paisaje significa y se abre a una relación interpretativa con el sujeto que lo contempla, a quien posibilita una relación significativa con los territorios que habita o a través de los cuales transita. Un paisaje cultural dice cosas sobre sí y sobre la sociedad que le dio origen, que lo percibe como tal y que lo considera un elemento identitario de su cultura.

Si el paisaje cultural es un texto que permite acceder a las condiciones de su creación, que funciona como memoria activa y que recuerda para proyectarse al futuro, en un ejercicio productivo lejano a la frialdad de la reliquia, se podrá reconocer en él una categoría analítica que descubra presencias y voces silenciosas o ya perdidas que hablan de un mundo ya pasado o que se encuentra en proceso de transformación. En este sentido, utilizar al concepto de *paisaje cultural* entendido como texto a la manera de instrumento de análisis hace posible el estudio de ontologías sociales, naturales, estéticas y hasta morales, de condición patrimonial ya reconocida o por reconocer.

La aplicación de este concepto a la observación del fenómeno del grafiti de firma *tag* puede ofrecer pistas acerca de la viabilidad, e incluso de la conveniencia de esta aproximación, como parece insinuarlo la breve aplicación al fenómeno del grafiti *tag* en la ciudad de Montevideo que se ha presentado en páginas anteriores. En tanto manifestación visual-textual extensivamente rechazada, condenada e ignorada por los ámbitos de apreciación y recuperación del grafiti y del arte urbano, el *tag* presenta numerosas dificultades para su consideración como objeto de valor patrimonial. Si el grafiti de firma *tag* invade la

<sup>8</sup> Traducción propia del francés al español.

ciudad de manera furtiva, garabateando superficies muchas veces de estimación patrimonial ya consagrada, quizás tenga el poder de develar una conflictiva en las tramas de apropiación del espacio urbano.

La utilidad de aplicar al paisaje cultural como categoría semiótica radica en la potencia reflexiva de sus componentes conceptuales (punto de vista, texto, sentido) que ofrecen sugerencias heurísticas útiles para el análisis de la condición visual de este tipo de grafiti y su incidencia en la transformación de un territorio, urbano, en paisaje.

El grafiti *tag* es un texto intruso, que transforma la ciudad al intervenir los paisajes urbanos con su apariencia de garabato evocador de la firma personal y su ilegibilidad comunicacional. Estas son dos de sus particularidades más importantes: su forma gráfica parece rehuir al sentido, pero su indexicalidad referencia a un firmante, y, por lo tanto, evidencia un punto de vista, el cual colisiona con el punto de vista institucionalizado de los paisajes culturales de la ciudad.

El *tag* reclama territorios ajenos para sí, haciéndolos parte de su trama signica (en el grafiti la superficie en que este se escribe constituye parte del texto), imponiendo su punto de vista sobre el punto de vista original del paisaje que interviene. ¿Esto significa que el grafiti *tag* se convierte en un paisaje cultural urbano que confronta los

paisajes urbanos sobre los que actúa, a modo de constituirse en un contra paisaje? Esta es una pregunta que merece consideración futura, ya que apunta a los procesos semióticos significantes y a las operaciones semióticas de disputa de sentido.

El concepto de texto es una herramienta útil cuando interesa entender las acciones semióticas de los signos entramados y la identificación de su valor indexical (todo texto es construido necesariamente a partir de un punto de vista), pero no resulta tan dúctil cuando la aspiración es comprender los procesos transformadores impulsados por el conflicto de sentidos. Después de todo, el texto es un agente de acción, pero su alcance epistémico no le permite explicar los procesos que genera, o de los que es resultado.

No obstante, estas limitaciones no invalidan necesariamente el poder heurístico de la idea de texto para explicar al paisaje cultural. Solo advierten sobre la necesidad de continuar con su desarrollo y avanzar hacia los procesos generativos. En tanto el paisaje cultural actúa como horizonte y espacio del *ser-en-el-mundo* (Besse, 2010), entenderlo como una ocurrencia textual presenta una oportunidad para describir las acciones semióticas que hacen a su dimensión cultural y que van más allá de las interpretaciones literales que lo reducen a su mera dimensión visual, olvidando sus valores textuales, comunicativos e identitarios. ◻

### Referencias Bibliográficas

- Aguilar, M., & Ander-Egg, E. (1994). *Evaluación de servicios y programas sociales*. Buenos Aires: Lumen.
- Arezo khani. (2020). "Culture of Urban Graffiti: The Importance of Graffiti in Urban Landscape." *ICCAUA 2020, Proceedings Article*, pp. 206-213. DOI: 10.38027/n202020iccaua263705
- Barja, W. (2008). "Intervenção/terinvenção: a arte de inventar e intervir diretamente sobre o urbano, suas categorias e o impacto no cotidiano". *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, 1(2), pp. 213-218.
- Besse, J-M. (2011). "L'espace du paysage. Considérations théoriques". En Luna, T. y Valverde, I. (dirs.) *Teoría y paisaje: reflexiones desde miradas interdisciplinarias* (pp. 7-24). Barcelona, Observatorio del Paisaje de Cataluña y Universidad Pompeu Fabra.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder; campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires, Montessor.
- Brea, J. M. (2007). "Cambio de régimen escópico: del inconsciente óptico a la e-image". *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, (4), pp. 146-163.
- Briceno-Ávila, M. (2018). "Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana". *Revista de Arquitectura (Bogotá)*, 20(2), pp. 10-19. DOI: 10.14718/RevArq.2018.20.2.1562
- Caetano, F. D. (2017). "Reflexões teóricas sobre a inserção do graffiti e da pichação na paisagem urbana: uma arte 'contra-racional'?" *Geograficidade*, 7(1), pp. 77-88.
- Carta Iberoamericana del Paisaje Cultural. (2012). *Patrimonio: Economía Cultural y Educación para la Paz (MEC-EDUPAZ)*, 1(7), pp. 127-140. Consultado en: <http://www.mec-edupaz.unam.mx/index.php/mecedupaz/article/view/47962/43267>

- Castillo Poveda, M. A. (2016). Contextualización histórica del concepto de paisaje, sus implicancias filosóficas y científicas. *Revista de Filosofía de la Universidad de Costa Rica*, LV(143), pp. 11-24.
- Convenio Europeo del Paisaje. (2000). Florencia. Consultado en: <https://rm.coe.int/16802f3fbd>
- Dotta Ambrosini, J. (2015). *La conquista visual. El grafiti en la cultura urbana montevideana*. Montevideo, FELAFACS.
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona, Lumen.
- Epstein, A. (2007). “Los graffitis de Montevideo. Apuntes para una antropología de las paredes”. En Romero Gorski, S. (Comp.). *Antropología Social y Cultural en Uruguay* (pp. 173-184). Montevideo, Nordan-Comunidad.
- Espeitx, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 2, n. 2, pp. 193-213. Consultado en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>
- Folch, R. y Bru, J. (2017). *Ambiente, territorio y paisaje. Valores y valoraciones*. Barcelona, Barcino-AQUAE.
- González de Requena Ferré, N. (2017). “Un iconotexto liminar. Análisis iconológico de los graffitis de firma”. *Revista Humanidades*, 7(1), pp. 1-34.
- Klein, R. (2019). “Del gris al color de la ciudad. Una aproximación sociológica al grafiti y el *street art* en Montevideo”. En Aguiar, S., Borrás, V, Cruz, P., Fernández Gabard, L. y Pérez Spanchez, M. *Habitar Montevideo: 21 miradas sobre la ciudad* (pp. 461-477). Montevideo, La Diaria.
- Lewisohn, C. (2010). *Street Art. The Graffiti Revolution*. London, Tate Publishing.
- Luengo, A. (2013). “Los paisajes agrícolas del Patrimonio Mundial”. *Revista del Patrimonio Mundial*, 69, pp. 8-15.
- Maderuelo, J. (2010). “El paisaje urbano”. *Estudios geográficos*, LXXI(269), pp. 575-600.
- Magariños de Morentín, J. (2008). *La semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica*. Argentina, Comunicarte.
- Martínez de Pisón, E. (2009). “Paisaje, cultura y territorio”. En Nogué, J., *El paisaje social* (pp. 330-341). Madrid, Biblioteca Nueva.
- Mons, A. (1994). *La metáfora social. Imagen, territorio, comunicación*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- Montanari, M. (2004). *Il cibo come cultura*. Bari, Laterza.
- Nogué, J. (2010). “El retorno del paisaje”. *Enrahonar*, (45), pp. 123-136.
- Ramírez Velázquez, B. R. y López Levi, L. (2015). *Espacio, paisaje, región, territorio y lugar: la diversidad en el pensamiento contemporáneo*. México, UNAM-UAM.
- Rössler, M. (2002). “Los paisajes culturales y la Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural: resultados de reuniones temáticas previas” [PDF]. En Mujica Barreda, E. (2002). *Paisajes Culturales en Los Andes. Memoria narrativa, casos de estudio, conclusiones y recomendaciones de la reunión de expertos (Arequipay Chivay, Perú, mayo de 1998)*. San Borja (Perú), Representación de la Unesco en Perú. Consultado en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000131634.locale=es>
- Sauer, C. O. (2012 [1925]). La morfología del paisaje. Trad. G. Castro H., *Polis* [en línea], 15|2006. Consultado en: <http://journals.openedition.org/polis/5015>
- Silva Pérez, R. y Fernández Salinas, V. (2015). “Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe. Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades”. *Revista Invi*, 85(30), pp. 181-214.
- Tesser Obregón, C. (2000). “Algunas reflexiones sobre los significados del paisaje para la Geografía”. *Revista de Geografía Norte Grande*, (27), pp. 19-26.
- Unesco. (1962). Recomendación relativa a la protección de la belleza y el carácter de los lugares y paisajes [en línea]. Consultado en: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114582\\_spa.page=146](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114582_spa.page=146)
- \_\_\_\_\_. (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural [en línea]. Consultado en: <https://whc.unesco.org/en/documents/170679>