

UP

Tesis de Maestría

Diseño y Comunicación

Cuerpo B

**Imaginaros urbanos en el
subterráneo de Buenos Aires:
Las actividades de
apropiación del espacio y su
influencia en el diseño
institucional**

apellido y nombre | *Ladera, Gerline Melisa*

legajo | *62140* e-mail | *gerlineco@gmail.com*

teléfono | _____

asignatura | *Seminario de Metodología de Investigación II*

docente | *Zangrandi, Marcos Gabriel*

carrera | *Master en Diseño* comisión | *Única*

cuatrimestre | _____ fecha de entrega | *3/07/2012*



www.palermo.edu

Índice de Capítulos

Introducción: Puntos de partida	3
---------------------------------------	---

Capítulo I: Reflexiones en torno a la ciudad

1.1 Espacio público y no-lugares.....	17
1.2 Apropiación del espacio público.....	24
1.3 Imaginarios urbanos en el subte.....	30
1.4 Historia del subterráneo de Buenos Aires.....	35
1.5 Metrovías y Subterráneos de Buenos Aires S. A.....	38
1.5.1 Caracterización de la línea B: innovaciones.....	41

Capítulo II: El Subterráneo de Buenos Aires como espacio cultural

2.1 Conceptualizaciones en torno a la cultura	44
2.2 La identidad.....	50
2.3 Cultura y poder	55
2.4 Consideraciones críticas en torno a los conceptos de identidad e imagen corporativa.....	61

Capítulo III: El diseño

3.1 El diseño en el ámbito social	64
3.2 Características del diseño en el subterráneo de Buenos Aires.....	67
3.3 Comunicación visual y diseño gráfico.....	72
3.4 Actividades de apropiación del espacio.....	74

Capítulo IV: Metodología Cualitativa

4.1 La entrevista a ciudadanos.....	81
4.2 La entrevista a profundidad a otras personas del subterráneo	85
4.2 Recolectando más datos: la observación.....	86
4.3 La muestra.....	88
4.4 Técnicas de procesamiento y análisis de la información.....	90
4.6 Interpretación y análisis de los resultados	94
4.7 Conclusiones	122
Bibliografía General	131
Anexos	135

“Todos tenemos nuestra casa, que es el hogar privado; y la ciudad, que es el hogar público.”

Enrique Tierno Galván

Puntos de partida

La ciudad es el escenario por excelencia donde individual y colectivamente, transcurre la vida cotidiana. Ella marca los quehaceres, desde los más domésticos hasta las utopías. Los ciudadanos crean la ciudad, y ella crea a los ciudadanos. En esa compleja interacción se dan varios escenarios de relaciones múltiples y diversas en todas sus dimensiones: políticas, sociales, económicas, estéticas, ambientales y culturales.

Al observar la ciudad de Buenos Aires se puede constatar la diversidad de espacios públicos que son característicos de la estructura urbana de esta ciudad. Explorarla es reconocer en cada lugar, en cada espacio con sus símbolos y significados: la casa, la calle, la plaza, la escuela, la universidad, la iglesia, la esquina, el centro comercial, la luz del día a día, las sombras de la noche; las personas, las vidas que se comparten, se mezclan y se separan.

El tránsito por estos espacios puede ser variado, en función de las inagotables reinenciones en los usos que los ciudadanos hagan de los mismos. Así, un mismo espacio público puede aparecer como camino obligatorio que se utiliza rutinariamente para trasladarse a las viviendas o a cualquier otro punto de la ciudad, hasta tornarse en lugar de trabajo, punto de encuentro, sitio privilegiado para el ocio y escenarios donde se desarrolla una determinada actividad económica, social y cultural. También puede ser un escenario donde se presentan diferentes actividades que ocupan parte de estos espacios, donde las personas los apropian física o simbólicamente, por ejemplo los vendedores en las calles, los músicos en una plaza, el *graffiti* en una pared.

¿Qué significa pensar, observar y explorar la ciudad como problema de investigación? ¿Se referirá a considerarla como el espacio en donde los actores convergen socialmente a través de las prácticas colectivas? ¿Cómo el ambiente donde

se expresa irreductiblemente la interacción entre los habitantes y el espacio? Un nuevo acercamiento a su estudio debe dar cuenta de multiplicidad de procesos, fragmentos y eventos que desbordan un pensamiento unidireccional sobre la idea de ciudad

Se puede decir que frente a esta diversidad de usos y escenarios que se presentan en la ciudad, es necesario repensar la forma de definirla, más allá de un sitio donde “suceden cosas” como lo indica Reguillo (2005), y pensar en la ciudad desde lo comunicacional, desde sus habitantes que son en esencia sujetos históricos, capaces de intervenir simbólicamente en la realidad y de organizarse a través de sus prácticas. La ciudad es un espacio en esencia heterogéneo, que no puede ser definido bajo un modelo clásico de ciudad, por la diversidad de la composición social que lo caracteriza. Se trata entonces de considerar a la ciudad como espacio de interacción y comunicación, como un territorio que adquiere valor de acuerdo a los usos de sus espacios; de un lugar de encuentro, donde se mezclan hábitos, historias, actividades etc.; de personas que en conjunto van formando la urbanidad y que, en esa dinámica, son influidas por esos espacios en los que actúan.

Por esta razón, no hay una teoría que dé cuenta de la totalidad del fenómeno urbano sino que, como refiere García Canclini (1999), existen múltiples aproximaciones a dichos fenómenos de los que no se puede prescindir, pero tampoco asegurar que la suma de dichas aproximaciones dé cuenta de un concepto unitario de ciudad. Es entonces un recurso inacabable que se mantiene, transforma y adquiere nuevas formas en función de las prácticas humanas históricamente situadas.

En este sentido, no se puede hablar de ciudad como totalidad unívoca. Según Terán (1999), la ciudad no se trata de fragmentos de piezas sino una gran heterogeneidad entre piezas. La ciudad implica un lugar de mestizaje y de encuentro cultural, ya que mezcla hábitos, percepciones, historias y en la fusión de todas esas intermediaciones es como va formándose la propia urbanidad (Silva, 1992).

La relación entre las personas y la ciudad ha sido estudiada por diversas áreas del conocimiento como la psicología, sociología, geografía, urbanismo, entre otras, de modo de dar cuenta de cómo son los asentamientos de los ciudadanos, que identidad se forja en ellos, cuáles es el uso que se les otorga, qué es un lugar y que representan determinados espacios para las personas. No es fácil lograr una visión integrada e interdisciplinaria para acercarse a las distintas dimensiones y planos que separan, y al mismo tiempo, unen y fragmentan este objeto de estudio.

Evidentemente, la vida cotidiana de cada ciudadano se desarrolla en diferentes espacios y la movilización entre ellos. De tal manera que hay una estrecha relación entre la ubicación espacial y social del actor, donde se encuentran mediaciones que hacen inteligibles la cotidianidad, diferentes actividades y procesos culturales que se llevan a cabo en dichos espacios.

Se hace referencia en esta investigación a “procesos culturales” y no a “la cultura” con el fin de resaltar a los actores y las prácticas que éstos llevan a cabo, a través de las cuales construyen y reconstruyen la visión que tienen del mundo, de sí mismos y de sus relaciones con los demás. Así, considerar los procesos culturales implica aproximarse a las formas, usos y desusos de aquello que constituye lo cultural, los cuales se relacionan dialécticamente con los espacios de las ciudades, tanto físicos como simbólicos. Se podría plantear que los estudios culturales (en sentido amplio), al analizar los procesos culturales en circunstancias localizadas en las ciudades, se fueron encontrando con la ciudad misma como cristalización de la cultura. La ciudad, bajo esta perspectiva, es un escenario de prácticas sociales en cuyo espacio se evidencia una organización en torno a la diversidad, como lo expone Reguillo (2005) es un espacio social en donde un colectivo humano reside, se organiza, produce y además reproduce su cultura.

Los procesos culturales en la ciudad se refieren a aquellos modos de producción y formas de organización social y al conjunto de representaciones simbólicas que dan

sentido a esos modos de producción y organización que son posibles en la ciudad, generando un sistema de representaciones que configuran a su juicio lo urbano.

Esta relación entre los espacios y los ciudadanos, en donde se presentan de forma integrada los procesos culturales que se van produciendo y reproduciendo constantemente, también lleva a reflexionar sobre si bien los espacios influyen en los ciudadanos, también los ciudadanos influyen en los espacios. Esta visión dinámica y dialéctica de la realidad permite contemplar la idea de que los lugares, no solo son lugares físicos e inalterables, sino que también pueden ser modificados. Según Lindón (2007) la ciudad ha sido considerada desde los estudios urbanos, como el mundo de los sólidos, el espacio no escapa a ello, más bien es el núcleo de esa perspectiva. La reducción del espacio a la materialidad ha sido una de las fuentes de la reducción de la ciudad a lo material. Desde este contexto los lugares hacen referencia a espacios delimitados, con límites precisos, que para los sujetos representan certezas y seguridades otorgadas por lo conocido (Tuan, 1977).

A pesar de que el lugar alude a un espacio con límites, dichos límites se extienden hasta donde lo hace el contenido simbólico de los elementos objetivados en él y que pueden ampliarse a través de tramas de sentido. Por ello, se puede considerar al lugar como depositario de significados (Entrikin, 1976). Así, es preciso ubicar la ciudad en el plano de la comunicación pues sus habitantes son en esencia sujetos históricos, capaces de intervenir simbólicamente en la realidad de la ciudad y de organizarse, lo que remite a la ubicación espacial y social del actor como mediaciones para hacer inteligibles los procesos culturales de la comunicación.

De tal manera, la relación espacio-ciudadano no solo se da con la presencia física en el lugar, la vivienda, el tránsito en ellos; sino también existe una interacción entre la ciudadanía, la información sobre los espacios, construcciones y representaciones que les permiten movilizarse, actuar, cualificar y conocer estos espacios. En otras palabras, los ciudadanos también imaginan y representan los espacios, esto constituye los imaginarios

urbanos. Este concepto constituye una mirada que necesariamente da cuenta de la relación entre lo no material, la subjetividad espacial, y la ciudad en cuanto a sus formas materiales y a las prácticas que se inscriben en esas formas materiales. Las prácticas sociales al anclarse y desarrollarse en el espacio de la ciudad, contribuyen a hacer la ciudad material, pero al mismo tiempo esas prácticas adquieren ciertos rasgos en base a la materialidad de la ciudad (Lindón, 2007).

De modo que las ciudades también son en gran parte debido a sus ciudadanos. Cabe preguntarse, ¿de dónde proviene el carácter de una urbe, esas cualidades únicas que definen un lugar, su sentido? ¿O es simplemente un conjunto azaroso de factores lo que crea la identidad de una ciudad? Cada ciudad posee su propia constitución, sus propios ritmos, y su propio lenguaje visual. Si bien la respuesta definitiva puede ser muchas cosas se podría decir y que se precisan muchos elementos para decodificar una ciudad. Y en el caso de Buenos Aires, Argentina, muchas de las pistas llevan al subterráneo y a su diseño. Se trata de un servicio de transporte de gran importancia para la ciudad, no solo históricamente, sino que representa el transporte rápido y eficaz de las urbes, conectando sus diferentes puntos, sin encontrarse a merced de lo que suceda en la superficie. A razón de su estructura y a su ubicación bajo la ciudad, representa un espacio diferente a otros. Incluye toda una estructura organizada solo para este medio de transporte. Consta de diferentes lugares, la entrada donde están los accesos y boleterías, los andenes que son lugares caracterizados como de tránsito, embarque y desembarque; así como el tren mismo y su interior adecuado para el viaje y la movilización.

Debido a las particularidades históricas en la construcción del subterráneo de Buenos Aires, se encuentran características importantes. Cada una de las seis líneas (Ver anexo 1) fueron construidas en épocas diferentes. De modo que tienen materiales, espacios y elementos desiguales entre sí. Adicionalmente, cada estación de cada línea son diferentes entre sí encontrándose murales, negocios y personas que realizan diferentes actividades.

Se podría decir que los espacios del subterráneo de Buenos Aires tienen muchas características, diferentes materiales usados, caracterizaciones en las señalizaciones y avisos, en la diversidad temática de los murales. Más allá de los componentes del diseño que posee el subterráneo, también es posible percibir algunas características de los procesos culturales que se llevan a cabo dentro de estos espacios. Son muchos los elementos y personas que modifican el paisaje visual y el diseño interior y gráfico de este espacio y son estas actividades mediante las cuales diferentes actores sociales construyen el espacio. También realizan una apropiación física o simbólica del espacio. Y es que en sus estaciones, andenes y trenes se puede observar diversidad de eventos, situaciones y elementos como son tiendas, músicos, actores, *graffiti*, estencils, vendedores, entre otros. Desde el punto de vista de alguien que transcurre por primera vez por estos espacios, siendo porteño o no, argentino o extranjero, cabe preguntarse ¿Quiénes son estas personas? ¿Con qué objetivo realizan estas actividades? ¿Este subterráneo es similar a otros de Latinoamérica y el mundo?

Es posible considerar al subterráneo como un espacio de contrastes, donde existen elementos tipificados como propios de la organización, que es el diseño gráfico y de interiores, y donde también existen variadas actividades de apropiación del espacio, y que viene dado por personas que apropian física o simbólicamente algunos espacios del subterráneo y que de esa manera construyen un subterráneo diferente al que podría haber sido supuesto por la imagen e identidad institucional. Así, el subterráneo tiene una identidad propia como institución, pero que sin embargo, hay personas que apropian los espacios y le dan una imagen y diseño diferente al lugar. Se trata de ciudadanos que no solo usan el subterráneo como medio de transporte, sino que constituye también un lugar de trabajo, exposición o venta. A diferencia de muchos usuarios, el subterráneo es para ellos no un lugar de tránsito o tiene un uso transitorio de transporte, constituiría más bien un lugar donde desarrollan actividades, y que, mediante ellas, apropian estos espacios del subterráneo.

En resumen, se considera a cada línea por sus condiciones históricas y culturales de producciones como únicas y diferentes entre sí que no dan cabida a generalizaciones y que adicionalmente las estaciones presentan actividades que resultan en apropiación de los espacios del subterráneo.

A partir de lo presentado anteriormente en cuanto a la ciudad, la participación ciudadana en los espacios y el subterráneo surgieron las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las características del diseño institucional de la línea B del subterráneo? ¿Qué actividades resultan como apropiación de los espacios de esta línea? ¿Cómo es la relación entre este diseño institucional y la apropiación de los espacios? ¿Cómo se da esta apropiación del espacio? ¿Qué piensan los usuarios de estas actividades mediante las que se apropian los espacios del subterráneo? ¿Consideran los usuarios que dichas actividades tienen alguna influencia en el diseño institucional del subterráneo? Y en base a estas interrogantes se plantea los siguientes objetivos e hipótesis:

Objetivos

- Analizar la apropiación del espacio del subterráneo a través de actividades comerciales, comunicacionales y artísticas presentes en los andenes de las estaciones de la Línea B y su influencia e interacción con el diseño institucional del mismo.

Objetivos específicos:

- a) Identificar el efecto de los anuncios publicitarios informales y graffiti en el diseño institucional de los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires.

B) Caracterizar las actividades comerciales de vendedores ambulantes que se suscitan en los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires.

C) Analizar las percepciones que los ciudadanos tienen sobre las representaciones artísticas que se llevan a cabo en los andenes de la línea B del subterráneo de Buenos Aires y su relación con el diseño interior del mismo.

D) Conocer cómo esta apropiación influye en el diseño del subterráneo.

Hipótesis

Existen en el subterráneo, actividades que se caracterizan por una apropiación física y simbólica de los espacios del subterráneo que modifican y resignifican el diseño institucional del mismo.

En la investigación resulta de gran importancia analizar diversos aspectos sobre la apropiación del espacio y el imaginario urbano, ya que aunque es evidente que los individuos están relacionados con los espacios urbanos, lo que no resulta obvio es el papel que juegan ellos en la construcción de los espacios sociales y más aún en un espacio que constituye un medio de transporte, que es cambiante y fluctuante y que dispone de una organización *per se*, un diseño institucional.

Ante esto, desde una perspectiva socioconstruccionista, es preciso considerar las actividades y apropiación del espacio como inseparables del contexto cultural, histórico y social en el que se producen, convirtiéndolas en dinámicas y, por ende, en permanente resignificación. Así, se pretende ubicar al sujeto en un contexto más amplio que el del simple trabajo explicativo de los procesos individuales, para incorporarlo en el plano de su relación con el ambiente complejo, como es el caso de la ciudad y el subterráneo y ofrecer explicaciones a fenómenos tales como las actividades de apropiación del espacio y formas de incorporación al entorno urbano y de diseño.

Igualmente, esta investigación parte desde el punto de vista del imaginario urbano. Debido a que las personas construyen representaciones simbólicas, crea imágenes y diseñan su propia perspectiva de la ciudad, con base en su capacidad de abstracción y delimitación de aspectos relevantes y orientadores. Así, el subterráneo no es una mera sumatoria de elementos, de conductas homogéneas y estereotipadas sino mas bien es una organización, con particularidades internas de cada sujeto, quien en la búsqueda de darle significado al entorno, realiza una labor de selección y ordenamiento.

En relación a este tema de los imaginarios urbanos se han desarrollado muchas investigaciones desde el punto de vista psicológico, antropológico y urbanista (Ver Silva, 1992, 2006; Reguillo, 2000; Gorelik, 2004) relacionadas con diversas ciudades latinoamericanas, haciendo énfasis en la construcción ciudadana y el uso de los espacios. En relación al subterráneo se encuentran investigaciones sobre la conducta en el lugar, específicamente dentro de los vagones del mismo (Milgram y Sabin, 1978).

Vinculado al tema del subterráneo de Buenos Aires la mayoría de las investigaciones se relacionan con el servicio y las movilizaciones de los ciudadanos en las diferentes zonas de la ciudad. Sin embargo, se encuentran algunos estudios que analizan este espacio como parte de la urbe y sus características culturales (Zunino, 2005). Investigando el tema de la apropiación del espacio, se encuentra que sobre el subterráneo particularmente y las actividades que se desempeñan en este lugar son muy pocas las investigaciones, resaltando algunas descripciones de subterráneos de otros países (Auge, 1987), más no relacionadas con las actividades de apropiación del espacio o su resignificación.

Considerando los aspectos anteriormente señalados, esta investigación comienza con algunas aproximaciones en torno a la ciudad de Buenos Aires y sus espacios públicos tomando como referencia, principalmente, las teorías de Augé (1996; 1998) tanto las relativas al espacio público, como sus consideraciones en lo referente a la experiencia en este medio de transporte (1987) y a las diferentes actividades, personas y

elementos que son observables en esta experiencia. Además, se analizan las consideraciones en torno a la apropiación del espacio, tema que es expuesto primeramente por Valera y Pol (1994; 1995; Pol y Vidal, 2005), quienes caracterizan las relaciones simbólicas entre los ciudadanos y los espacios urbanos desde un punto de vista psicosocial. Finalmente, se encuentra el tema de los imaginarios urbanos investigado principalmente a Silva (1992; 2006) y a García Canclini (1992; 1999) quienes explican el uso e interiorización de los espacios y sus respectivas vivencias, por parte de unos ciudadanos dentro de su intercomunicación social en el contexto latinoamericano.

Seguidamente se expone el contexto histórico del subterráneo y sus características relevantes como medio de transporte fundamental para la ciudad de Buenos Aires. Debido a que se considera que existen diálogos importantes en este espacio en cuanto a una tensión entre el diseño institucional del mismo y algunas de las actividades de apropiación del espacio, se toman los aportes de la teoría del poder de Foucault (1994; 2001) analizadas por Ávila (2007), ya que se parte de la idea de que estas actividades están en una lucha de significados con el diseño del subterráneo. También se recurre a Lotman (1996) quien esboza teorías acerca de las semiósferas entendiendo los procesos de cultura de una forma dinámica entre varias estructuras, así como algunas discusiones en cuanto a la conceptualización de procesos culturales y de identidad de diferentes autores.

De forma consecutiva se explora el tema de la imagen corporativa y el diseño institucional del subterráneo, señalando las características principales llevadas a cabo por el estudio Shakespeare (2009) y los artículos de Wolke (2010) sobre este rediseño del subterráneo. Finalmente se desarrollan nociones en cuanto al diseño y algunas propuestas de la comunicación visual y a la descripción de las actividades de apropiación del espacio que se desarrollan en este espacio.

Frente a todo lo previamente mencionado ¿por qué estudiar la apropiación de un espacio como el subterráneo de Buenos Aires y su relación con el diseño del mismo?

Este trabajo pretende realizar un aporte en lo que se refiere al estudio de los espacios urbanos y la construcción que algunos grupos realizan e influyen en los mismos.

Desde el punto de vista del diseño, se pretende no sólo caracterizarlo, describirlo y asociarlo con la institución, así como tampoco conocer si es funcional, estético o alguna otra valoración. Se plantea como una práctica social, y por tal hecho también es susceptible de ser influenciado, modificado, reconstruido, sobre todo al ser concebido como un espacio público, un servicio urbano y que de alguna manera genera cierta identificación con la ciudad.

Igualmente, el diseño se aborda no desde quien lo realiza exclusivamente o desde un punto de vista de diseñador, sino que es analizado desde el discurso del ciudadano, del usuario, de las personas que hacen uso del mismo, que son los beneficiarios últimos del diseño, quienes lo incorporan a su vida, lo imaginan y quienes, en definitiva son el objetivo del mismo.

Tomando en cuenta lo presentado anteriormente, se procederá a explicar los contenidos de los capítulos presentes en la investigación. El primer capítulo se aborda el tema de la ciudad y sus espacios. Se desarrolla además las caracterizaciones de los espacios públicos y de cómo se lleva a cabo el proceso de la apropiación de los espacios y sus implicaciones. Posteriormente se desarrolla el tema de los imaginarios urbanos y finalmente se hace una breve exposición de la historia del subterráneo de Buenos Aires, de las instituciones relacionadas y se caracteriza específicamente la línea B del subte.

El segundo capítulo se centra conceptualizar y reflexionar acerca de conceptos vitales en esta investigación como son los procesos culturales, el poder y la identidad, así como la imagen e identidad corporativa, considerando estos conceptos como interrelacionados unos con otros.

El tercer capítulo aborda los temas relacionados al diseño y algunas concepciones críticas de Terán (2005) entre otros, la comunicación visual, ambos relacionados con el

subterráneo, así como se esboza las actividades de apropiación del espacio en este lugar.

El cuarto capítulo es el que concierne a la metodología, donde se expondrán las técnicas de recolección de datos y de análisis. Por último, se presentan los resultados obtenidos en la investigación, conclusiones y respectivas recomendaciones.

Este trabajo busca contribuir a dichas temáticas, ofreciendo nuevas visiones sobre el entramado de complejidades que constituye la realidad social que se vive actualmente. Esto permitirá comprenderla a través del estudio de actividades y personas que ocupan la ciudad, actividades que se dan por diversas razones históricas, económicas y sociales y que en su compleja dinámica, crean y mantienen estilos de vida particulares que dan cuenta de esa realidad social cambiante. También supone un aporte al estudio de los imaginarios urbanos en Buenos Aires, así como al de los espacios urbanos, especialmente los del subterráneo y sus particularidades desde un punto de vista transdisciplinario, del diseño y de las ciencias sociales.

“Que los porteños llaman subte como si le tuvieran

miedo a la palabra completa y quisieran

neutralizarla con un corte desacralizador”

Julio Cortázar

Capítulo I: Reflexiones en torno a la ciudad

Al hablar de ciudad no solo se hace referencia a la estructura, edificios o el espacio físico, se trata más bien de cómo ese espacio es vivido, construido, desarrollado y experimentado por los ciudadanos. Para Carrión (2005), la ciudad es importante debido a tres razones: en primer lugar, en ella se concentra la heterogeneidad social, cultural, económica y política en toda su expresión; en segundo lugar, y a partir de esta concepción de diversidad que caracteriza a la ciudad, se produce la formación de una multiplicidad y simultaneidad de identidades colectivas; y, por último, es el espacio principal para la mediación social entre lo individual y lo público.

La construcción de la imagen de la ciudad de Buenos Aires en un nivel superior, aquel en el cual se hace por segmentación y cortes imaginarios de sus moradores, o sea la ciudad subjetiva, conduce a un encuentro de especial afecto con la ciudad: ciudad vivida, interiorizada y proyectada por los grupos sociales que la habitan y que en sus relaciones de uso con la urbe no sólo la recorren, sino la interfieren dialógicamente, reconstruyéndola como imagen urbana (Silva, 2006).

Es así como lo urbano se construye, cada ciudad tiene su propio estilo. Si se aceptara que la relación entre lo físico, la ciudad, vida social, su uso, y representación, van parejas, entonces se concluye que en una ciudad lo físico produce efectos en lo simbólico: sus escrituras y representaciones, y que las representaciones que se hagan de la urbe, de la misma manera afectan y guían su uso social y modifican la concepción del espacio (Silva, 2006). Hablar del espacio urbano, remite a la idea de referente material de la sociedad en tanto concentración de una serie de elementos simbólicos que forman

parte de un modo de producción específico y organización social (Reguillo, 1991). Es también un espacio en permanente construcción, atravesado por mediaciones políticas, económicas y culturales.

Estos espacios tienen una forma de vivirse, imaginarse y compartirse, que se manifiesta a través del uso que definen esos espacios, de acuerdo con las condiciones económicas y socioculturales de un país. Así, cada persona o grupo tiene formas diferentes de actuar, de pensar e imaginar la ciudad adoptando prácticas territoriales particulares.

Es de esta forma como el espacio o lugar es creado y modificado por personas o grupos, influenciados por la estructura de su entorno, en la cual el espacio va adquiriendo ciertas características de acuerdo con las personas o grupos que lo utilizan y con las atribuciones que las personas o grupos le otorgan a ese espacio. Así, el uso y resignificación del espacio por parte de los actores condiciona tanto lo que se puede hacer en ese espacio como también el tipo de vida que allí se lleva (Muñoz. 2006).

Además de lo dicho, una ciudad se hace por sus expresiones. No sólo está la ciudad sino la construcción de una mentalidad urbana. En Buenos Aires, la vida moderna va introduciendo todo en un ritmo, en un tiempo, en unas imágenes, en una tecnología, en un espacio ya no sólo real, sino simulado, para indicar los espacios de ficción que la atraviesan a diario: las vallas, la publicidad, los *graffiti*, los avisos callejeros, los pictogramas, los cartelones de cine, etc.

Lo que hace diferente a una ciudad no es tanto su capacidad arquitectónica, visión rezagada luego de un modernismo internacional y unificador en avanzada crisis, sino más bien los símbolos que sobre ella construyen sus propios moradores. Asimismo, el símbolo cambia como cambian las fantasías que una colectividad despliega para hacer suya la urbanización de una ciudad (Silva, 2006). Las ciudades no son un producto definitivo, sino que, dependiendo de sus ciudadanos, va mutando, recreándose continuamente, cambiando sus símbolos, espacios e identidad.

Según lo sostenido hasta aquí, es necesario pensar las ciudades desde otras dimensiones culturales. Como señala Silva (2006) es necesario comprender y evidenciar una naturaleza abstracta, simbólica, en los modos cómo se estructura la realidad social. La comprensión del símbolo urbano, entendido éste como construcción social de un imaginario, requiere de un esfuerzo de observación y segmentación en cuanto experiencias que emergen de la misma cotidianidad.

Adicionalmente a las características diferenciales de cada ciudad su historia y sus grupos sociales, también se destacan los diferentes lugares que se pueden encontrar en ella. Cada uno de ellos resultan particulares del mismo modo, en la medida en que sean usados, creados, transitados y en cómo son simbolizados por las personas que viven en ellos.

1. 1 El espacio público y los *no - lugares*.

Un enfoque de las ciencias sociales en torno al espacio hace referencia a una visión cualitativa del mismo, de sus accidentes y regularidades, de sus problemáticas y de sus lógicas organizativas. El espacio es un objeto de conocimiento que puede ser considerado, con respecto de las prácticas sociales que alberga y que en su seno se despliegan, como una presencia pasiva: decorado, telón de fondo, marco, pero que también puede considerarse como un agente activo, ámbito de acción de dispositivos que las determina y las orienta, a la que los contenidos de la vida social se somete dócilmente (Delgado, 2000).

Algunos autores como Borja y Castells (2001) afirman que el espacio público no es solo un lugar jurídico sino socio-cultural puesto que las relaciones que se producen entre los individuos en los distintos terrenos de la ciudad pueden llegar a construir escenarios públicos donde jurídicamente no estaban instituidos. Y es que lo que define al espacio no son las leyes sino su dimensión pragmática, en el sentido que, los actores por medio de

los usos colectivos que le dan, crean símbolos y les asignan valores, otorgándoles o no su carácter público.

En consonancia con esta visión, Joseph (1999) plantea que el espacio público constituye un orden plural de usos o una pluralidad de perspectivas que se expresan en forma de interacciones y encuentros. Es, entonces, un espacio de circulación de conocimientos.

Por su parte, Dader (1992) indica que este espacio requiere una interpretación de “lo público” como aquello que recibe o produce la mirada de todos los miembros de una comunidad, como aquello que involucra las interrelaciones sociales. Además, considera que el espacio público es un ámbito característico de lo social en el que se da una representación convencional que se muestra ante toda la sociedad, lo que puede producir acciones de todo sujeto individual o colectivo de la ciudad. En la misma línea, Giraldo (1996) hace referencia a la dimensión pública del espacio como expresión de la necesidad de vivir en colectividad que asumen los ciudadanos. Por su parte, Borja (1998) afirma que el espacio público es necesario para desarrollar los procesos de socialización, pues en éstos se manifiesta la diversidad, se produce el intercambio de las identidades y se define la forma en la que está constituida la ciudad. Por ende, el espacio público es el valor esencial de la ciudad donde se expresa lo cultural y se delimita en gran medida lo que es la ciudadanía.

Como se mencionó anteriormente, en el caso de Buenos Aires como ciudad donde se concentra un gran número de habitantes (un aproximado de 2.891.082 habitantes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) (INDEC, 2011), la necesidad del transporte cobra gran relevancia. Esto hace del subterráneo un espacio muy interesante para la ciudad, por su función, además de su relevancia histórica. En este sentido representa un caso muy complejo, ya que aun cuando se trata de un espacio público y de tránsito, se observa también cómo hay personas que desarrollan actividades en el mismo, especialmente aquellas que conllevan a una apropiación física o simbólica del espacio.

De tal manera, el subterráneo deja de ser un espacio considerado solo por su función de transporte, sino que adquiere nuevas significaciones.

Sobre este tema explica Augé (1987) que hay aspectos relacionados con la significación que le dan los usuarios al subterráneo. Este autor subraya el hecho de que los caminos del subterráneo son variados, las personas no dejan de recorrerlos. Además revela que hablar del subterráneo, es ante todo hablar de lectura y cartografía, pues el plano del subterráneo crea un efecto de acordeón de imágenes, donde se pueden distinguir varios planos de lectura, con varios aspectos de la propia vida de los usuarios, y ellos mismos referidos a ciertas fechas claves.

Además, Augé (1987) explica que la mayor parte de los recorridos en el subterráneo son individuales y obligatorios. La frecuentación del subterráneo implica enfrentarse con la historia, los itinerarios de hoy se mezclan con los de ayer, trozos de vida de los que el plano del subterráneo solo deja ver el aspecto más espacial y más regular, pero se sabe que todo se cifra allí o que todo se esforzaba por distinguir al individuo de los que lo rodean. El autor destaca, la historia propia es plural: los itinerarios de trabajo cotidiano no son los únicos que se conservan en la memoria, y un determinado nombre de una estación que posiblemente en un tiempo no fue más que otro nombre cualquiera, ahora reviste una significación sin precedentes (Augé, 1987).

Con respecto a esto, Borja (1998) señala que los espacios no pueden ser tampoco considerados como terrenos unifuncionales, al contrario, es más bien multifuncional, ya que los usos que le dan los ciudadanos son muy diversos y éstos no permanecen estáticos sino que cambian constantemente con el pasar de los años. Por ende, las funciones que tengan los espacios públicos son dependientes de las acciones de las personas en el ejercicio de su ciudadanía, al mismo tiempo que estos escenarios influyen en sus actores en una relación dialéctica. Así, los ciudadanos están en una constante resignificación de los espacios, se buscan nuevos usos, se le dan diferentes sentidos, que posiblemente antes no estaban o no fueron pensados así. El espacio del

andén que se define como un lugar de espera y de embarque y desembarque, puede ser también asentamiento para músicos y vendedores, entre otros, quienes aprovechan la multitud de espectadores y posibles compradores (Ver anexo 2 y 3)

El tránsito por estos espacios puede ser variado, en función de las inagotables reinenciones en los usos que los ciudadanos hagan de los mismos. Así, un mismo espacio público puede aparecer como camino obligatorio que se utiliza rutinariamente para traslado desde las viviendas a cualquier otro punto de la ciudad (tomándose como ejemplo el subterráneo que es un espacio de tránsito y que involucra transporte), hasta tornarse en lugar de trabajo, espacio para el deporte, punto de encuentro, sitio privilegiado para el ocio y/o escenarios donde se desempeñan actividades como ventas, representaciones artísticas, etc (Cámara, Iacono y Ladera, 2008).

Esta diversidad en el uso de los espacios es una característica importante de las ciudades, debido a que involucra que las personas ejercen su ciudadanía tomando decisiones y ajustando los recursos a sus necesidades. En el desarrollo de las ciudades contemporáneas se mantiene la idea de la ciudad como espacio público, como sistema heterogéneo de lugares significativos que sirven como plataforma de encuentro (Borja y Castells, 2001). Lo urbano implica un lugar de mestizaje y de encuentro cultural, ya que la ciudad mezcla hábitos, percepciones, historias y en la fusión de todas esas intermediaciones es como va formándose la propia urbanidad (Silva, 1992). En este sentido, Augé (1987) señala que en las estaciones del subterráneo se puede encontrar rastros de costumbres de utilizar el espacio circunvecino, marcado por algunos puntos notables: restaurantes, puestos de periódicos, revistas y libros, pasos de peatones, etc. Son puntos notables pero que el piloto de la vida cotidiana pasa sin prestarles gran atención.

Se podría considerar, bajo esta perspectiva, a la ciudad como un escenario de prácticas sociales en cuyo espacio se evidencia una organización en torno a la

diversidad, como lo expone Reguillo (2005). Es un espacio social donde un colectivo humano reside, se organiza, produce y reproduce su cultura.

La ciudad es entonces un escenario de lo comunicativo, donde los diversos agentes construyen colectivamente el significado en torno a la ciudad, definiendo los usos y acciones, lo que permite el ordenamiento urbano y la emergencia de identidades. La música, los carteles improvisados, el *graffiti* generan diferentes tipos de comunicación proveniente de una diversidad de usuarios y ciudadanos que eligen el subterráneo como espacio para la expresión.

Desde un punto de vista antropológico se trata el tema del espacio, a través de Augé (1998) quien señala que si la tradición antropológica ha vinculado la cuestión de la alteridad a la del espacio, es porque los procesos de simbolización puestos en práctica por los grupos sociales habían de comprender y dominar el espacio para comprenderse y organizarse ellos mismos. Esta relación no se expresa solamente a nivel político del territorio poblado, sino que afecta a la misma vida doméstica y es significativo encontrar su huella en sociedades diferentes con la necesidad que les es común, que es la de ordenar unos espacios interiores y unas aperturas al exterior, necesidad de simbolizar el hogar y necesidad simultánea de pensar en la identidad y la relación, en sí mismo y en el otro. El individuo es por definición compuesto, la relación reside en el corazón de la identidad. Así, la alteridad y la identidad no se conciben la una sin la otra.

Asimismo, desde la antropología, Augé (1996) expone sobre este tema las conceptualizaciones en torno a los *no-lugares*. El concepto de *no-lugar* fue sugerido por Michel de Certeau, pero quién construyó su definición fue Marc Augé, ya que propuso que el *no-lugar* parte del lugar, del locus, de ese concepto definido como una referencia de identidad a través de una noción histórica, es decir, un lugar definido que simboliza un pasado y provee una identidad. Entonces, los lugares que no pueden definirse como espacios de identidad, ni como relacionales, ni como históricos, serían los *no-lugares*: espacios variados como el interior de los medios de transporte en movimiento de la

ciudad, las estructuras multifuncionales como los estadios, centros comerciales, conjuntos cerrados de vivienda, etc; todas son imágenes de un mundo que promueve las individualidades solitarias y lo efímero (Pérgolis, 2005).

Este tema puede ser relacionado con el uso de los subterráneos, ya que Augé (1996) señala que quien utiliza los *no-lugares* reducido a su función de pasajero, de consumidor o de usuario, experimenta en ello una forma particular de soledad, definido por su destino y a donde se va a ir. Quien utiliza los *no-lugares* pasa junto a millones de otros individuos pero se encuentra solo, y son solo los textos (carteles, pantallas, *graffiti*) lo que se interpone entre él y el mundo exterior. En los *no-lugares* nadie se siente en su propia casa, pero tampoco en la de los demás (Augé, 1996).

Las nociones de lugar y de *no-lugar* son evidentemente nociones límites, y que no son arbitrarias. Se han presentado muchas discusiones, ya que como indica el autor existe un *no-lugar* en todo lugar, del mismo modo que en todo *no-lugar* pueden recomponerse algunos lugares. De modo que no son definiciones absolutas o deterministas. Dicho de otra forma lugares y *no-lugares* corresponden a espacios concretos, pero también a actitudes, a posturas, a la relación que los individuos mantienen con los espacios que habitan o recorren. Desde este punto de vista el viaje es constitutivo de los *no-lugares*: el que viaja ni hace más que pasar de un lugar a otro, es un ejemplo de aquello a lo que tiende a convertirse en la relación de una persona con el otro en el mundo, una relación abstracta, en la medida en que se pasa por una espectacularización del otro. El *no-lugar* es el espacio de los otros sin los otros (Augé, 1996).

Desde una visión económica e histórica, este autor explica que la experiencia del *no-lugar* está ligada igualmente a fenómenos contemporáneos de gran alcance, que afectan a una parte importante de la humanidad y que no poseen el prestigio de la libre iniciativa individual.

Sin embargo, los lugares tienden a recomponerse, se reconstruyen, porque las personas los van resemantizando, los resignifican, es decir, se reutilizan. De este modo es como un lugar como el subterráneo de Buenos Aires resulta de la suma de los acontecimientos que se viven en él, es un lugar en la memoria, allí donde se escribe momento a momento el juego complejo de la identidad. Desde esta perspectiva, el *no-lugar* se convierte en lugar, porque no es posible desterritorializar un acontecimiento, es decir, desligarlo del lugar. Esta conceptualización implica distinguir el espacio antropológico del espacio geométrico: el subterráneo de las experiencias, de los acontecimientos no es el subterráneo de los planos (Pérgolis, 2005).

Así, es preciso concebir al subterráneo no solo como un medio de transporte sino como un fenómeno social. Al investigarlo, se parte del hecho de que no es nada más un lugar, un espacio. Se hace referencia más bien a que suceden cosas en este espacio, las personas ejecutan actividades en él y hacen uso del mismo diferentes maneras. No solo se encuentran personas viajando, sino que una vista rápida al mismo arroja percepciones diferentes. Entonces, el enfoque de este fenómeno desde el punto de vista del diseño, no vendría dado solo en el diseño gráfico y en las características estructurales del subterráneo, si funcionan bien, si son reconocidas por los usuarios o no. Lo que resulta pertinente es conocer que actividades se suscitan en él, cuáles son los usos que se le dan a los espacios, que piensan sobre esto los ciudadanos. Más allá de un conocimiento de los espacios físico, esta investigación se focaliza en la experiencia de las personas en este lugar.

Ante esto, Augé (1987) señala que el subterráneo no es sólo un territorio que está compuesto por la simple suma de recuerdos personales: es un recorrido social. Las líneas de subterráneo se cruzan no sólo en el plano donde se despliega y se ordena la urdimbre de sus recorridos multicolores, sino también en la vida de cada persona. Frente a todo lo previamente dilucidado, es menester aproximarse al espacio urbano y

comprenderlo como un sitio frecuentado y construido por seres humanos a través de sus actividades cotidianas en el ejercicio de su ciudadanía.

Es por ello que este tema resulta relevante para todos aquellos que participen de la vida en la ciudad, entendida como vida cotidiana y de los procesos de socialización que se articulan dentro de esos límites, donde operan normas, formas de vida, pertenencias, cultura, creación, mantenimiento y circulación de saberes.

1.2 Apropiación del espacio público.

Retomando lo anteriormente explicado sobre los espacios, se puede decir que la relación que los habitantes establecen con los lugares, han sido analizados desde múltiples disciplinas ya que involucra diferentes aspectos que deben ser tomados en cuenta para tener una visión aproximada del fenómeno como tal. Como señalan Pol y Vidal (2005) el apego al lugar, la psicología ambiental, la identidad de lugar, la identidad social urbana o el espacio simbólico urbano son algunos de los principales conceptos que dan cuenta de la interacción de los ciudadanos con los espacios urbanos y sus principales efectos. El fenómeno de la apropiación del espacio supone una aproximación conceptual cuya naturaleza dialéctica permite concebir algunos de estos conceptos de manera integral (Pol y Vidal, 2005).

Estos autores señalan que el uso del concepto de apropiación en psicología se remonta a las visiones marxistas aportadas por la psicología soviética encabezada por Vigotski. En estas aproximaciones la apropiación es entendida como un mecanismo básico del desarrollo humano, por el que la persona se apropia de la experiencia generalizada, lo que se concreta en los significados de la realidad. Este énfasis en la construcción sociohistórica de la realidad resulta importante, ya que se apoya en la idea de que la praxis humana es a la vez instrumental y social, y que de su interiorización surge la conciencia (Pol y Vidal, 2005). En base a esto se podría decir que en los

espacios del subterráneo son tan importantes las funciones como las percepciones y concepciones que tengan los usuarios de los mismos, ya que el contexto social, el cómo es visto por otros y la memoria histórica son características que influyen y dejan huella en estos lugares.

Estos autores explican que dicho proceso, cercano al de socialización, es también el del dominio de las significaciones del objeto o del espacio que es apropiado, independientemente de su propiedad legal. Es un fenómeno temporal, lo que significa considerar los cambios en la persona a lo largo del tiempo. Se trata de un proceso dinámico de interacción de la persona con el medio (Pol y Vidal, 2005). De esta manera el proceso de apropiación del espacio no hace referencia exclusivamente a términos legales ni a una apropiación definitiva en el tiempo. Hace referencia más bien a un proceso simbólico que involucra cambios, tanto de las personas, las circunstancias y los espacios.

A través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su huella, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada. Las acciones, actividades y procesos que ahí surgen dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción (Pol, 1996). Resulta destacable que estas señales y actividades simbólicas pasan a ser parte constitutiva e identitaria de estos espacios, donde las características van cambiando constantemente.

Así, por medio de la identificación simbólica, la persona y el grupo se reconocen en el entorno, y mediante procesos de categorización las personas y los grupos se autoatribuyen las cualidades del entorno como definitorias de su identidad (Valera y Pol, 1994). Otro tanto ocurre en función del tipo de espacio, ya que en el privado es más posible la transformación, particular o grupal, mientras que en el público suele ser más habitual la identificación, debido principalmente por la presencia e influencia de los otros,

son espacios donde la alteridad toma un papel preponderante. De tal manera en este servicio, las personas involucradas a tomar en cuenta no solo son los trabajadores sino los otros pasajeros, vendedores, músicos, etc que forman parte de la propia experiencia de viaje.

Por otro lado la apropiación del espacio es una forma de entender la generación de los vínculos con los lugares, lo que facilita comportamientos responsables y la implicación y la participación en el propio entorno (Pol, 2002). Esto resulta particularmente importante en los espacios públicos, ya que si se sabe cuál y como es la pertenencia de las personas a los lugares, y el conocimiento que tienen de los mismos, resulta mucho más factible lograr que participen en el cuidado y atención de los espacios públicos. Y esto es posible porque el entorno explica dimensiones del comportamiento más allá de lo que es meramente funcional, la relación espacio – personas incluye múltiples factores y consecuencias. Todo esto supone entender el proceso de apropiación dentro de la conceptualización de la relación entre los seres humanos y los entornos.

Valera (1997) menciona dos vías principales y compatibles en la aproximación al simbolismo en los espacios. En la primera se destaca el simbolismo como una propiedad inherente a la percepción de los espacios, donde el significado puede derivar de las características físico-estructurales, de la funcionalidad ligada a las prácticas sociales que en éstos se desarrollan o de las interacciones simbólicas entre los sujetos que ocupan dicho espacio. Cercano a esta aproximación se halla un concepto que resulta apropiado como es el del *affordance* mencionado por Gibson (1979), donde se enfatiza la percepción del entorno en cuanto a su posibilidad de uso, de oportunidad ambiental, de cuál es la función que se podría llevar a cabo en un contexto cotidiano. Concebir el significado del entorno en forma de *affordance* o de oportunidad ambiental, supone percibir directamente lo que se puede hacer con él y/o en él. Se avista, un significado

porque se distingue un determinado contexto ambiental en que éste y sus elementos muestran un sentido de uso y una determinada oportunidad (Gibson, 1979).

En la segunda vía complementaria propuesta por Valera (1997) se trata de comprender cómo se carga de significado un espacio determinado. Es aquí donde se incluye el proceso de apropiación del espacio. También aquí cabe añadir la doble fuente de referencia en la carga de simbolismo expuesta en Pol (1996), por ejemplo alguna instancia con poder, puede pretender darle a un espacio público un significado político determinado, a través de una escultura u otro elemento, y de alguna manera así modificar la percepción que se tiene del mismo. Si bien esa es la idea inicial, desde la propia comunidad, este autor señala que es posible que se transforme ese significado político inicial determinado en otro distinto (punto de reunión, encuentro) o incluso contrario (rechazo a esta politización, darle connotaciones opuestas a las pretendidas); presentándose así la reelaboración del significado al pasar del primero al último se explica a través de los procesos de apropiación del espacio (Pol, 1996), así como de la percepción que tienen los ciudadanos que usan y significan estos espacios.

Preguntarse cómo los espacios devienen en lugares (tomando en cuenta la teoría de Augé) supone profundizar en las relaciones y los vínculos que se establecen entre las personas y los espacios. Estos procesos han sido explicados aludiendo a diversos conceptos (apropiación del espacio, apego al lugar, espacio simbólico urbano, identidad social urbana e identidad de lugar, etc.) (Pol y Vidal, 2005).

Los procesos que implican el fenómeno de la apropiación del espacio suponen una forma de comprender y explicar cómo se generan los vínculos que las personas mantienen con los espacios. Podrían considerarse como depósitos de significados más o menos compartidos por diferentes grupos sociales; o bien como una categoría social más, a partir de la cual se desarrollan aspectos de la identidad; bien como tendencias a permanecer cerca de los lugares, como fuente de seguridad y satisfacción derivadas del apego al lugar.

En base a esto, Valera (1997) define el espacio simbólico urbano como aquel elemento de una determinada estructura urbana, entendida como una categoría social que identifica a un determinado grupo asociado a este entorno, capaz de simbolizar algunas de las dimensiones relevantes de esta categoría. Esto permite a los individuos que configuran el grupo percibirse como iguales en tanto se identifican con este espacio, así como diferentes de los otros grupos en relación con el propio espacio o con las dimensiones categoriales simbolizadas por éste, presentándose la pertenencia como similitud y alteridad como el que no está asociado con un entorno determinado.

De esta forma el espacio urbano deviene una expresión de la identidad, lo que induce al interés por la relación entre éste y los procesos, más generales, de identidad social, donde Valera elabora el concepto de identidad social urbana (Valera y Pol, 1994).

Estos conceptos se relacionan con los procesos de apropiación del espacio y de apego al lugar, definidos como procesos dinámicos de interacción conductual y simbólica de las personas con su medio físico, por los que un espacio deviene lugar, se carga de significado y es percibido como propio por la persona o el grupo, integrándose como elemento representativo de identidad. (Valera y Pol, 1994). Por ejemplo, en el subterráneo de Buenos Aires, los espacios ocupados están caracterizados por la interacción con los usuarios y las actividades que se desarrollan. Es decir, todos estos elementos constituyen un entramado que conforma este espacio, que se refiere no solo al lugar físico sino a los fenómenos que se desarrollan en el mismo.

Así, al estudiar dicho espacio resulta fundamental analizar qué tipo de actividades se están presentando, quiénes realizan estas actividades, cómo influyen en los espacios y por otro lado, cómo son los usuarios del subte y cómo interactúan con el espacio y las actividades. Son todos procesos que se relacionan entre si y que forman parte de este espacio y que no pueden ser desvinculados del mismo.

A la configuración del espacio simbólico urbano contribuyen tanto la distintividad físico-arquitectónica, como el conjunto de significados socialmente elaborados y

compartidos denominado “imaginabilidad social”, a partir de determinadas características del campo social percibido, o conjunto de significados socialmente elaborados y compartidos en relación con un determinado espacio. El subterráneo no solo se refiere a la infraestructura, o a los trenes, sino a muchos detalles que constituyen lo que es este espacio y su función, y son elementos que dan identidad.

Es decir, el entorno explica dimensiones del comportamiento más allá de lo que es meramente funcional. En el caso del subterráneo de Buenos Aires, una estación de subterráneo ya no es sólo un simple nodo dentro de una red de transporte, sino también un lugar dentro de la ciudad. En este sentido, se define una estación del subterráneo como un “nodo lugar”, entendiendo nodo como un punto de acceso a trenes de subterráneo y otras redes de transporte y lugar como una sección específica de la ciudad con una concentración de infraestructura, diversificación de edificios y espacios públicos, zonas, barrios, comunidades. De esta manera, una estación de subterráneo se presenta como un proyecto urbano complejo que busca resolver tanto el problema genérico de la movilidad y la centralidad como también la conexión e integración entre el sitio y la zona donde se ubican.

Sin embargo, el subterráneo está compuesto por diferentes espacios, se puede considerar que hay por lo menos cinco espacios de circulación peatonal: tren-andén (Ver Anexo 4), andén-escaleras, espacios complementarios (comercio) (Ver Anexo 4) y ciudad (Allard, Fernandez y Seriani, 2009). Cada uno de estos espacios tiene funciones específicas y características diferenciales.

De esta manera, citando a Augé (1987), se podría decir que los espacios de los transportes colectivos, como su nombre lo sugiere, sea un espacio en el que cotidianamente se practica la coexistencia de opiniones diversas y de diversidad de comportamientos y características culturales. Adicionalmente, al ser espacios públicos y de libre tránsito, se convierten en espacios susceptibles de ser apropiados y resignificados en usos y en identidad. Representa un ejemplo de lugar que más allá de

ser concebido para un uso y que sus características de construcción y diseño de interiores van acorde con su función, es susceptible de ser modificado. Esta indexicalidad de los espacios es un fenómeno inherente a las actividades sociales, el arraigo a los lugares y la apropiación de los mismos. Implica que los espacios son vulnerables, no son objetos estáticos, ya que involucran dinamismo, en la medida en que están inmersos en la urbe, en la heterogeneidad social y cultural que involucra la ciudad.

1.3 Imaginarios urbanos

Al hablar sobre las ciudades y sus espacios y la posibilidad de que estos sean modificados, es sólo posible debido a los mismos ciudadanos. Una ciudad se autodefine por sus ciudadanos y por sus vecinos o visitantes. La urbe, desde el punto de vista de la construcción imaginaria de lo que representa, debe responder por unas condiciones físicas naturales y físicas construidas; por unos usos sociales; por unas modalidades de expresión; por un tipo especial de ciudadanos en relación con las de otros contextos, nacionales, continentales o internacionales; una ciudad hace una mentalidad urbana que le es propia.

Lo imaginario, dentro de imagen de una ciudad, marca un principio fundamental de percepción: la fantasía ciudadana hace efecto en un simbolismo concreto, como el rumor, el nombre de un almacén, la selección de un programa televisivo, la navegación por Internet (Silva, s/f). La idea central de los imaginarios radica principalmente en la fabricación de una imagen visible, y la abstracción de un símbolo de los actores sociales urbanos que se encuentran en un espacio determinado, que de alguna manera permite que ellos funcionen en un lugar determinado. Según García Canclini (1999)

“Muchos presupuestos que guían la acción y las omisiones de los ciudadanos derivan de cómo percibimos los usos del espacio urbano, los problemas de

consumo, tránsito y comunicación, y también de cómo imaginamos las explicaciones a estas cuestiones” (p. 47).

La construcción social de los distintos lugares que integran la ciudad, es un proceso constante de manufacturación del espacio que realizan las personas en interacción unas con otras, orientando sus prácticas espaciales a través de una trama de sentido que se denomina imaginarios urbanos, o como diría Varela (2006) “cada época de la historia humana produce, a través de sus prácticas sociales cotidianas y su lenguaje, una estructura imaginaria” (p. 12) Sumado a esto, los habitantes de las ciudades no sólo han construido imaginarios de cada una de sus piezas y fragmentos, así como del todo que es la ciudad, sino también que estos imaginarios se transforman históricamente, tanto como se rehace la ciudad y la vida urbana que ella aloja.

Para la construcción conceptual de lo imaginario, se contempla todo aquello que se estructura a partir de lo real y de las prácticas sociales (Vergara, 2001). Lo imaginario requiere de una imagen mental. Una imagen es ante todo, una forma material, y ésta puede ser la representación, directa o indirecta, inmediata o transpuesta, de un referente material, moral o intelectual, las imágenes mentales, ligadas a las percepciones o a los efectos de la imaginación, están asociadas a las palabras y a los conceptos (Vergara, 2001).

Es importante mencionar que lo imaginario no tiene nada que ver con la memoria, pero que a partir de su estudio o análisis se pueden establecer representaciones sociales que tienen por función atribuir un sentido a la realidad, definir y orientar los comportamientos o prácticas urbanas. Estas representaciones sociales, portan la marca del sujeto y de su actividad. Con el imaginario, no se pretende reflejar un objeto, sino que se proyecta un deseo, un símbolo. Los imaginarios urbanos pueden referir a la ciudad como un todo, a lo urbano como un modo de vida o también a distintos fragmentos de la ciudad, a esas micrópolis (García Canclini, 1999) en las cuales despliegan su cotidianidad buena parte de los habitantes de las grandes ciudades.

Uno de los fragmentos más emblemáticos de lo urbano en este sentido son las calles. Pero aun así, considerándolas como un fragmento específico de la ciudad, los imaginarios pueden anclarse en ellas de diversas formas: en la vida social que en ellas se desarrolla, pero también los imaginarios vinculados con una calle se pueden explorar a partir de su nombre y la memoria de cada una de ellas (Lindón, 2007). De igual manera suceden con las estaciones del subterráneo, con sus diferentes nombres y características, conllevando cada una de ellas características a su vez de los espacios de la ciudad en donde se encuentran. Así, las estaciones que corresponden al centro de la ciudad tienen el movimiento y comercio caracterizado por esta zona, mientras las estaciones correspondientes a barrios residenciales como Villa Urquiza y Villa Crespo presentan un movimiento diferente, así como mayor presencia de murales, exposiciones y elementos decorativos.

Lo señalado anteriormente significa que la población urbana adopta diferentes estrategias y formas de vivir la ciudad, cada habitante tiene formas diferentes de pensar e imaginar la ciudad, y adoptan prácticas territoriales específicas. Según García Canclini (1999), la ciudad se concibe tanto como un lugar para vivir, como un espacio imaginado, las representaciones simbólicas o imaginarios urbanos permiten entender como el ciudadano percibe y vive la ciudad y como se elabora de manera colectiva ciertas maneras de entenderla que termina guiando con más fuerza los usos y los afectos que la ciudad real. Lo imaginario es la construcción de la representación social y cultural tanto individual como colectiva de una práctica socio-cultural en un determinado espacio, en donde lo simbólico se relaciona con la producción social de un tipo de procesos culturales y que a partir de la interacción, los significados y símbolos permean una territorialidad dada (García Canclini, 1999).

El proceso por el cual los imaginarios urbanos cualifican a los lugares opera de manera compleja: por un lado, los imaginarios urbanos compartidos por distintos grupos, al darle cierto sentido a un lugar lo cualifican de alguna forma, atribuyéndole ciertas

características (Lindón, 2007). Una muestra se aprecia cuando unas estaciones del subterráneo son definidos como lugares peligrosos, o con gran tránsito de personas, o bien como lugares con muchas actividades o populares.

Por otro lado, los imaginarios urbanos también participan del proceso de cualificar los lugares de formas específicas antes de que se haya procedido a su manufacturación en términos materiales (Lindón, 2007). Por ejemplo, los imaginarios urbanos que orientan la renovación de un espacio manteniendo objetos que expresan la historia del lugar (como los murales o exposiciones de obras) o incorporando objetos que le otorgan unas características peculiares al lugar. Un ejemplo sería los nombres de las estaciones como Carlos Gardel o cambios en nombres como Osvaldo Pugliese, que buscan relacionar el subte con características históricas propias del folklore argentino. Esos imaginarios urbanos orientan acciones que le imprimen a ese lugar unas características físicas que otros reconocerán y permitirán así, que el lugar sea cualificado, por ejemplo, como de importancia histórica.

No obstante, cabe señalar que este último papel de los imaginarios urbanos en la cualificación de los lugares no solo corresponde a los imaginarios que mueven a aquellos sujetos que están construyendo materialmente el subterráneo, las organizaciones o las empresas que gestiona este medio de transporte. También opera el mismo proceso en el caso de las acciones realizadas por los sujetos anónimos que introducen un objeto en un lugar, que podrá ser reconocido socialmente como expresión de una cierta cualidad. Así, esa cualidad resulta atribuida al lugar en el cual está el objeto (Lindón, 2007).

Un ejemplo serían las actividades de apropiación del espacio, que son acciones concretas que se introducen en estos espacios por actores anónimos que otorgan características distintivas a los espacios del subterráneo. Todos estos procesos de cualificación del lugar son realizados por los distintos sujetos sociales en el cotidiano devenir al hacer uso de esas tramas de significados que ellos mismos han construido y

reconstruido, llamadas imaginarios urbanos. Los imaginarios son colectivos, son compartidos socialmente, lo que no debería asumirse como un carácter universal.

Se puede decir que los imaginarios urbanos se configuran alrededor de un juego de combinaciones que interactúan entre sí como un mapa lógico y permiten distinguir la ciudad de la modernidad de la urbe contemporánea (caracterizada, entre otras cosas, por sus múltiples y variables ejes de articulación, su crecimiento difuso y fragmentado y su carencia de centro) (Silva, 1996). Comprender los imaginarios urbanos no es intentar definir un cosmos, sino comprender algo más abstracto, tiene que ver con el uso e interiorización de los espacios y sus respectivas vivencias, por parte de los ciudadanos dentro de su intercomunicación social. El imaginario social es una producción de discursos y prácticas fluctuantes de diversa naturaleza, constante y compuesta. Por ende el imaginario urbano es una representación psico-socio-cultural y simbólica, que puede ser de manera individual o colectiva, y que se origina principalmente en el uso y apropiación cotidiana de cualquier tipo de espacio.

En relación a esto Silva (2006) señala que el territorio es algo físico, pero también es una extensión mental. Los imaginarios, como base de un urbanismo de los ciudadanos, permiten estudiar los registros de la participación ciudadana en la construcción simbólica de la ciudad, con el fin de entender sus usos y definir otras formas posibles de habitar desde una dimensión estética. En el subterráneo la construcción de los espacios se da de diferentes tipos, desde los comercios hasta actividades de expresión y apropiación del espacio. Se incluye en esta construcción al usuario común, el que hace uso del medio de transporte, el que tiene una idea mental de cómo es este espacio y cuáles son sus significados. Existe el imaginario del subterráneo con todas las actividades de apropiación del espacio, como propias del subterráneo. Es decir, el *graffiti* (Ver Anexo 5) formaría ya parte de lo que se tiene como idea del subterráneo, podrían ser rasgos considerados ya propios de este espacio.

Tomando en consideración a las personas, Silva (2006) alude al "punto de vista ciudadano" que define como una serie de estrategias discursivas por medio de las cuales los ciudadanos narran las historias de su ciudad, aun cuando tales relatos pueden, igualmente, ser representados en imágenes visuales.

Este aspecto se relaciona con un punto interesante señalado por algunos geógrafos quienes han enfatizado el papel de la negociación cotidiana de las personas en contextos concretos. En esta última perspectiva, cabe destacar el trabajo de David Ley (1978), quien planteó la construcción social de la realidad a partir del espacio. Posteriormente, este autor incorporó directamente la expresión construcción social del lugar desde varias entradas: por ejemplo, los lugares son construidos socialmente por el intercambio simbólico y recíproco entre la gente y los lugares (Ley, 1981). Pero también, los lugares son construidos socialmente por la convergencia de la subjetividad y la intersubjetividad con la materialidad de los lugares. Dicho de otra forma, la articulación necesaria de lo subjetivo y lo objetivo de la espacialidad, los construye socialmente (Ley, 1989).

Todo lo anterior permite concebir a la ciudad como un mosaico de lugares que han sido y son construidos socialmente, en un proceso siempre inconcluso. Ese espacio urbano, con sus lugares, lleva consigo y condensa valores, normas, símbolos e imaginarios sociales. En otras palabras, todo ese mundo no material de los valores, normas, símbolos e imaginarios se objetiva en la materialidad misma de la ciudad (Lindón, 2007). Como han señalado Di Meo y Buleon (2005), los imaginarios junto con las normas y valores, realizan un proceso de cualificación a través del sentido, de la materialidad del mundo: los imaginarios son redes o tramas de significados específicos, reconocidas socialmente, que le otorgan cualidades a la ciudad y sus lugares. Por ser tramas de significados no pueden ser reducidos al significado que se le otorga a un elemento u objeto. Indudablemente, como se mencionó anteriormente, los imaginarios no

se configuran fuera de los contextos y procesos históricos, sino dentro de ellos. Por eso tampoco son inmutables.

De esta manera, en esta investigación se pueden encontrar distintos sujetos sociales que actualizan su competencia urbana produciendo simultáneamente una marca territorial, combinando esta acción recíproca y dialéctica en la construcción del subterráneo. También es importante destacar que cada espacio es diferente, las calles, las entradas de las estaciones, los espacios cerrados, y que cada uno tiene su propia memoria histórica que le imprime elementos diferenciales y particulares. Si se considera la ciudad como el lugar del encuentro de las diferencias entre sujetos competentes, se puede pensar en varias estrategias de representación. Hacer emerger el imaginario social y urbano de la ciudad tiene que ver con la manera en que ésta es recreada y actuada por los actores sociales, resulta incompleto pensar la ciudad, los espacios y el subterráneo sin los ciudadanos, que de diferentes maneras transitan y modifican estos espacios.

1.4 El subterráneo de Buenos Aires como espacio urbano

Para hablar del contexto social, histórico y cultural del subterráneo es necesario conocer un poco más sobre este medio de transporte. El ferrocarril urbano es un medio de transporte de pasajeros característicamente metropolitano. Se trata de un sistema de trenes de alta capacidad y frecuencia de servicio que está separado de otras formas de tráfico. Aunque existen ferrocarriles urbanos cuyo trayecto transcurre total o parcialmente en la superficie, el concepto se asocia generalmente al ferrocarril subterráneo. Todas las grandes metrópolis del mundo se van adoptando progresivamente a este sistema de transporte urbano, y esto se debe a varias razones: la alta calidad estética y ambiental del trazado subterráneo, su mayor seguridad y la falta de terreno disponible en grandes ciudades (Metrovías, 2007). Debido a su velocidad y eficacia, el ferrocarril urbano tiene un espacio propio, esto le da unas connotaciones particulares, ya que si bien está dentro de la ciudad y su cotidianidad, la vida que se desarrolla en estos espacios está

caracterizada por la rápida movilización, limitaciones en el espacio y circulación, etc.

Al ser un lugar distintivo de la ciudad, se podría preguntar, cuál es la importancia de este transporte para la ciudad de Buenos Aires, en comparación a otros medios. Tal como se señaló al inicio la ciudad de Buenos Aires cuenta con una gran red de transporte que permite la movilización de los ciudadanos que se encuentren tanto fuera de la ciudad como dentro de la misma. El transporte público representa aproximadamente la mitad de los viajes diarios generados en la región, donde el subte aporta un 10 % del total que, en su mayoría, se realizan en transporte automotor de pasajeros. Por sus 53,7 km de red, el Subte transporta diariamente a más de 1.400.000 pasajeros. Los viajes restantes se canalizan a través del Sistema de Transporte Automotor de Pasajeros (SBASE, 2008).

Tomando en cuenta su función de movilización en la ciudad, es posible comprender muchos de los aspectos e importancia del subterráneo. Sin embargo, un análisis de este espacio quedaría inconcluso si no se toma en consideración la dimensión histórica de este lugar. La herencia del pasado, cultural, religiosa y moral, es un elemento que se recibe pero no de forma pasiva, sino que está inmersa en una constante acción de las personas, imprimiéndose de nuevas formas. Como medio de transporte urbano, y posterior al ferrocarril, el subterráneo de Buenos Aires se remonta al año 1909. Históricamente, Inglaterra, donde la era industrial dio sus primeros pasos, fue el primer país en contar con un ferrocarril metropolitano subterráneo: el London Metropolitan Railway, cuya construcción se inició en 1860. Era una época de cambios acelerados, con un crecimiento sostenido, de nuevas tecnologías que iban transformando la ciudad.

La fisionomía de estas ciudades cambio, crecieron, los dialectos se mezclaron, las industrias se especializaron cada vez más (Metrovías, 2007). Habían nuevos retos que habían que enfrentar, no había antecedentes en la historia sobre este caso y para resolver disponían de una técnica que tampoco tenían antecedentes. El subterráneo metropolitano surgió de una coyuntura histórica única. Las ciudades crecían junto con las poblaciones pero el transporte no acompañaba este crecimiento urbano y demográfico.

La pregunta era ¿Cómo movilizar a cientos de miles de personas todos los días y no colapsar calles, avenidas? La producción de acero, la electricidad y el petróleo además de un aumento del estímulo científico condujeron a la solución. El London Metropolitan Railway se inauguró en 1863 y fue un éxito. Luego otras ciudades adoptaron el sistema: Atenas, Estambul, Budapest, Glasgow, Viena, París, Boston, etc. Buenos Aires se une a estas ciudades europeas en 1913 siendo la primera ciudad en el mundo hispanohablante en contar con un sistema de transporte subterráneo (Metrovías, 2007). El sistema de subterráneos fue creciendo al ritmo de la ciudad, consolidándose e incorporando nuevas estaciones y líneas para prestar servicios a una población en constante aumento.

15 Metrovías y Subterráneos de Buenos Aires S. A

El subterráneo de Buenos Aires tiene una historia muy importante al ser el primero de su tipo en Latinoamérica. Actualmente, el subterráneo de Buenos Aires cuenta con seis líneas (llamadas A, B, C, D, E y H) que cubren parte del territorio de la ciudad. Cada una de estas líneas poseen características diferentes debido a la épocas disimiles en que fueron creadas, igualmente hacen recorridos diferentes, así como también varían en el diseño de sus espacios, comercios, andenes, parte de la señalética y en general responden a particularidades que les son propias y que permiten ser identificar y describir cada línea como diferente.

De esta manera, es necesario conocer la historia del subterráneo de Buenos Aires, debido a que todas las actividades, fenómenos, eventos que se lleven a cabo en este lugar estarán influenciados por los procesos históricos y culturales propios del subterráneo. Sin embargo, no cabe la constitución de la historia como un objeto, sino como un proceso que se va desarrollando continuamente, siendo recreado continuamente por las personas. Asimismo, la historia de este lugar influencia la percepción que se tiene del mismo, y de cómo los ciudadanos imaginan y recrean el

lugar.

Sin embargo, tiene unas características históricas especiales en cuanto a su conformación en la actualidad. Desde el punto de vista temporal y previa meditación de las particularidades localistas de los hechos, Salud señala (2007) que específicamente a partir de 1989 el gobierno argentino profundizó la aplicación de una serie de políticas que consistieron básicamente en la apertura de la economía al mercado externo, en detrimento de la industria local, la liberación financiera, permitiendo el ingreso libre de los capitales financieros internacionales y la reducción de la presencia del Estado en la economía que se expresó, entre otras cosas, en la privatización de las empresas públicas. Existía un gran interés por parte de los acreedores externos para los cuales las empresas publicas eran la mejor opción para hacer efectivo una parte del capital adeudado a través de la capitalización de la deuda, abrir nuevas áreas de inversión ocupando mercados hasta ese momento abastecidos por el Estado, y consecuentemente multiplicar sus ganancias. Menín y Cerdá (2006) aseveran, que la urgencia con la que se decidió emprender la primera etapa del proceso de reforma del Estado, centrada en la privatización y concesión de empresas de servicios públicos estatales estuvo motivada por dos causas: una la necesidad política de dar respuestas rápidas en un contexto desfavorable marcado por las consecuencias sociales heredadas del decenio anterior centradas en la hiperinflación; otra por la necesidad económica de frenar el desbarajuste de las cuentas públicas.

En este contexto social se produce la privatización de la empresa Subterráneos de Buenos Aires en el año 1994. Esto provocó diferentes consecuencias en materia laboral para los trabajadores de este servicio de transporte, cambiando cualitativamente con esta privatización, despidiéndose a un sector importante de los empleados y el ofrecimiento de retiros voluntarios (Salud, 2007). Según esta autora, en 1994 comenzarán las actividades de una empresa “depurada” de posibles referentes sindicales y con un plantel reducido respecto de la cantidad con que funcionaba la empresa estatal, señalando que “de un

total de 2500 se paso a 1500 trabajadores aproximadamente” (p.25). Así, un conjunto de tareas necesarias para la prestación del servicio tales como la limpieza, control de evasión, recuento de dinero y algunas de mantenimiento fueron tercerizadas a otras empresas. Esto ha traído como consecuencia problemas, denuncias y paros por parte de los trabajadores del subterráneo¹. Algunas de las consecuencias de esta privatización fueron el aumento de los costos del servicio y en el desmejoramiento del mismo. Salud (2007) aclara que mientras el Estado puede prestar los servicios públicos a precios subsidiados o con unos que iguallen su costo de prestación más el de la ampliación de las redes (sin incurrir en pérdidas), así no puede actuar la empresa privada que siempre tendrá que cobrar esos mismos costos más otra suma.

Así, Subterráneos de Buenos Aires (SBASE) es la empresa que estudia, diseña y realiza los planes de expansión de la red de transporte subterráneo de Buenos Aires, mientras Metrovías opera el servicio a partir de la concesión otorgada por el Estado Nacional en enero de 1994 (SBASE, 2008).

Se puede constatar que, específicamente en este caso, que se trata de un medio de transporte que tiene una historia de casi cien años, que además ha resultado muy cambiante, pasando de ser un servicio del Estado a manos privadas. Las características históricas y sociales del subterráneo de Buenos Aires no solo constituyen ser el primer subterráneo de Hispanoamérica, sino que su composición de trabajadores, sindicatos, financiación, control, entre otros aspectos ha cambiado cualitativamente. Son aspectos que le otorgan cualidades diferentes al sistema, sino que además provoca diferentes reacciones en distintos sectores como los usuarios y/o ciudadanos. Como señala Gadamer (2000) en relación a la historia, explicando que es ontológicamente constitutiva del ser humano en el sentido en que éste no puede sustraerse a la acción de la historia, y así mismo está involucrada en ella, es experimentada, se conoce a través de ella. Así, es preciso entender que estos eventos han dejado una huella importante dentro de la ciudad, el servicio del subterráneo y como es percibido.

1.5.1 Caracterización de la línea B: innovaciones.

Como se ha mencionado anteriormente, el subterráneo de Buenos Aires cuenta en su sistema con diferentes líneas con características diversas unas de otras. Específicamente en esta investigación se tomara en cuenta la línea B debido a que representa un gran porcentaje en la movilización de los pasajeros en todo el sistema del subterráneo, así como es una de las líneas más amplias y con mayor disposición de estaciones para ser analizadas. Igualmente su recorrido transcurre por zonas turísticas y de gran movimiento en la ciudad como el microcentro, pasando además por distintos barrios, al igual que llega hasta otras zonas más alejadas. Adicionalmente, es en esta línea donde se observo mayor cantidad y variedad de actividades de apropiación del espacio.

La línea B inauguró su primer tramo oficialmente, en octubre de 1930. Ocho meses después de aquella inauguración, el 22 de junio de 1931, quedaba habilitado el segundo tramo hasta Carlos Pellegrini y la estación de Florida que son estaciones donde confluyen muchas personas por estar en el microcentro, así como también por ser estaciones de transferencia a otras líneas. Por último, se inauguró la estación terminal L. N. Alem, lo que completó un recorrido de 8.94 Km, con 12 estaciones. La nueva línea trajo dos grandes innovaciones que sorprendieron al público de la época: la instalación de los molinetes y la llegada de las escaleras rodantes en las estaciones Agüero (hoy Carlos Gardel), Pueyrredón, Pasteur y Callao (SBASE, 2008). Estas últimas estaciones cubren las zonas de Once y Abasto caracterizadas por ser comerciales y de mucho movimiento de personas.

En años más recientes, agosto del 2003, se inauguraron las estaciones Tronador y Los Incas, completando un total de 15 estaciones y una extensión de algo más de 10 Km. La línea B transporta actualmente un promedio de 345.000 pasajeros por día hábil. Esta estación tiene su recorrido bajo la Avenida Corrientes desde el microcentro (estación

L.N. Alem) hasta Parque Chas (Estación Los Incas). Combina con las líneas "C" y "D" en la estación Carlos Pellegrini, y con la Línea Urquiza en la Estación Terminal F. Lacroze (SBASE, 2008). Lo cual representa que esta línea posee características interesantes en cuanto a historia, cantidad de personas que transporta, así como la localización de las diferentes estaciones que hacen que posea un extenso recorrido. De este modo, esta línea posee muchas características diferenciales, no solo debido a que su recorrido incluye zonas muy importantes como el microcentro, Once, Abasto, Florida; sino que también son diferentes entre sí ya que también pasa por zonas residenciales y todo esto va formando parte del imaginario urbano. Los ciudadanos no solo representan esta línea como diversa sino también está caracterizada por las diferentes actividades que se dan en ella.

En base a lo anteriormente presentado, se puede obtener una visión general de la relación entre la ciudad y sus espacios y las personas que habitan en ella. El espacio no es considerado como algo estático, sino como un lugar susceptible de ser cambiado. Es dinámico, en la medida en que las personas en su vida cotidiana, los grupos sociales mediante el desarrollo de actividades, modifican estos espacios y le dan nuevos usos, diferentes opiniones y percepciones.

Se podría decir que esta relación espacio y personas es una relación dialéctica, donde uno influye al otro en diferentes medidas, y es un fenómeno que está enmarcado en una realidad social, histórica y cultural. El subterráneo de Buenos Aires es un espacio particular, el cual, a lo largo de los años, se le han dado diferentes usos y se han desarrollado diferentes actividades de apropiación de los espacios. Además se observa que tiene una historia que ha ido desarrollándose con las tecnologías y el crecimiento de la ciudad. Inmersos en esta situación están los usuarios del subterráneo que tienen opiniones, significados e imágenes en relación a estos espacios y sus respectivas apropiaciones.

En suma, los procesos históricos y sociales, las actividades de apropiación del

espacio y el crecimiento de la ciudad, son todos elementos fundamentales para la representación que tienen los ciudadanos de el subterráneo, sobre cómo lo imaginan, cómo lo representan y cómo de esta manera desarrollan su vida en este espacio y en la ciudad.

“Las prácticas sociales pueden llevar a engendrar dominios de saber que no solo hacen que aparezcan nuevos objetos, conceptos y técnicas, sino que hacen aparecer, además, formas totalmente nuevas de sujetos y sujetos de conocimiento. El mismo sujeto de conocimiento posee una historia”

Michael Foucault

Capítulo II: El Subterráneo de Buenos Aires como espacio cultural

2.1 Conceptualizaciones en torno a la cultura

Se podría decir que en un contexto global la definición de cultura resulta muy diversa y que involucra diferentes percepciones. La formación de megaciudades y otras grandes aglomeraciones en América Latina, plantean nuevos retos y formas de cómo analizar lo urbano. Dentro de este contexto que es fundamental repensar que está ocurriendo con la dimensión cultural en las ciudades latinoamericanas (García Canclini, 1999). En este complejo panorama es necesario entender cómo son sus pobladores y cómo viven, perciben e imaginan las ciudades y cómo se modifican estas percepciones como producto de las transformaciones en la ciudad, específicamente en la ciudad de Buenos Aires.

El tema de la cultura tiene varias acepciones y en general es relacionado con el arte o costumbrismos de una región en particular. Al desarrollar esta investigación en Buenos Aires, resulta importante considerar este tema tratado por algunos autores que lo abarcan desde una perspectiva latinoamericana, entre ellos se encuentra a Fernández Christlieb (2005) quien hace referencia al tema de la cultura con relación al espacio, tomándolo como aquello necesario para utilizar cosas, palabras, conocimientos, unos con respecto a otros y que constituyen la cultura. Es decir, la cultura es vista en relación a los

espacios, a los lugares en donde se construye, a la vida cotidiana, el lenguaje y las relaciones entre las personas.

Ya que en esta investigación se hace referencia a un lugar específico como es el subterráneo, es importante señalar que este autor refiere el espacio no simplemente como lugar físico sino como espacio mítico, social, moral, imaginado y que es el que cotidianamente se habita. Así, la cultura también involucra un proceso colectivo e incesante de producción de significados que moldea la experiencia social y configura las relaciones sociales. Precisamente la cultura no constituye algo dado *per se*, sino que es construida históricamente por las personas.

Lo que se encuentra en el subterráneo mas allá de lo dado espacial y tecnológicamente es afectado por la acción de las personas, de los usuarios, de los pasajeros que transcurren por sus andenes y entradas. Este actuar viene dado por las necesidades propias, por las consideraciones de los espacios y el comportamiento que se susciten en estos lugares. De esta manera, ciertas actividades que se encuentran en el subterráneo resultan características de algunas estaciones, líneas y lugares del subterráneo. Por ejemplo se observa mayor cantidad de vendedores ambulantes y músicos en la línea B que en otras líneas, mientras que las representaciones teatrales se encuentran en su mayoría dentro de los vagones y por otro lado, las pegatinas se ubican, en su mayoría, en la señalética y publicidad en los andenes.

La cultura es un conjunto de prácticas materiales que constituyen significados, valores y subjetividades que las personas construyen, como ya se menciono anteriormente (Escobar, Álvarez y Dagnino, 2001). Más específicamente hablando de la cultura urbana se podría decir que es una proliferación de centralidades muchas veces invisible, una trama de enlazamientos sociales esporádicos, aunque veces intensos y un conglomerado escasamente cohesionado de componentes grupales e individuales, pero que no son casi nunca institucionales estables, sino una pauta de instantes, situaciones, confluencias, fluctuaciones, etc. (Delgado, 2000). Esta inestabilidad se presenta en la

poca formalidad de ciertos eventos el subterráneo, las apropiaciones del espacio no vienen dadas, en ciertos casos, de manera continua y estable en el tiempo. Por ejemplo, un vendedor ambulante puede posicionarse en el andén de la estación Florida (Ver Anexo 3) algunos días y luego mover su ubicación a otro destino. Es probable incluso que su quehacer no esté vinculado con otros vendedores y puede deberse a diferentes razones y necesidades.

Para una mejor comprensión de “la cultura” en los espacios, como ya se menciono anteriormente, se podría referir en su lugar a procesos culturales, en tanto que, la cultura no puede ser entendida por fuera de las prácticas que la generan, las cuales ciertamente son procesos que llevan a cabo los seres humanos en sus relaciones sociales. Así pues, hablar de procesos implica pensar en el curso, forma, uso y desuso de aquello que se construye como cultura (Cámara, Iacono y Ladera, 2008). Este énfasis en lo cultural no debe llevar a adoptar posiciones culturalistas y reduccionistas, sino más bien a explorar de forma privilegiada los aspectos culturales de los procesos sociales, sin dejar de tomar en cuenta que estos procesos se insertan en una compleja trama de relaciones políticas, económicas, y sociales, por lo que sus divisiones en: “lo económico”, “lo político”, “lo cultural”, “lo social”, etc., son sólo recursos analíticos y no categorías independientes o desligadas (Mato, 2004).

Por lo tanto, en esta investigación se concibe a la “cultura” no como alusiva únicamente a la experiencia cultural como perteneciente al mundo de las “bellas artes” (Maffesoli, 1990; Mato, 2005), de las “culturas populares” o de las “industrias culturales”, donde ésta es entendida como una amplia variedad de prácticas culturales, entre las que se encuentran por ejemplo formas artísticas, textos, cánones, arquitecturas, bienes producidos masivamente, etc. Es decir, esta visión de la cultura es referida a objetos y como un producto final, en vez de ser un proceso continuo y dinámico, así como también se le resta importancia a la cultura como una práctica cotidiana y ciudadana.

Tampoco resulta pertinente la postura en la que “la cultura” es vista como propiedad de un grupo y por ende un objeto, un logro de la civilización o como algo estático, pues esta perspectiva obnubila prácticas culturales cotidianas como terreno y fuente de prácticas políticas (Escobar, Álvarez y Dagnino, 2001). Así, se reconoce que el favorecer el estudio de los procesos culturales en el subterráneo de Buenos Aires es una elección, la cual dará algunas orientaciones para interpretar el fenómeno objeto de esta investigación de forma más integrada.

Esta consideración sobre la cultura como proceso supone entender el fenómeno no como procedimiento algorítmico, sino como un conjunto de acciones significativas que no tienen un orden particular y están sujetas a cambios en el espacio y el tiempo en el que se hallen, pues están en constante resignificación. Partiendo no de la cultura como sustantivo sino como un proceso en constante movimiento, se podría decir que los procesos culturales son, entonces, aspectos dinámicos de la ciudad que la van creando y recreando. En el subterráneo, vendedores ambulantes y músicos hacen uso del espacio y lo apropian modificando el paso y circulación de los usuarios, carteles tapan publicidades y señalizaciones, pasando a ser características y personajes comunes dentro de la cultura del subterráneo. Dichas características, no suelen ser fijas, no son grupos cohesionados, sino más bien tienen la característica de ser versátiles, poco estables y estar en constante cambio y movimiento.

Es importante resaltar que no solamente ha variado la concepción que tienen las diversas disciplinas sobre el término de cultura, sino que las prácticas, los discursos y en general las formas de vida ejercidas dentro de ella se han hecho también más variadas y complejas, interactuando todas juntas en una misma sociedad (Cámara, Iacono y Ladera, 2008).

Como estrategia, los grupos sociales utilizaron y utilizan el resguardo de la cultura popular, por considerarla uno de los elementos que más simbolizan la memoria y la identidad (Sá, 2002). Sin embargo, estas culturas aunque forman parte de una tradición,

al insertarlas dentro de una sociedad que está atravesando nuevos cambios, como los derivados de los procesos de globalización, se tornan formas idealizadas que no son parte de la vida cotidiana de los individuos como colectivos (García Canclini, 1992). Efectivamente la concepción, actividades y significados que se tenía del subterráneo de Buenos Aires ha cambiado a lo largo de sus años de servicio.

La postura contemporánea, según autores como García Canclini (1992) y Sá (2002), es de rechazo a los folcloristas que desde una concepción purista de “la cultura” aspiran a mantener un modelo original y primitivo de lo popular, con características regionales, alejadas de la realidad construida cotidianamente por los ciudadanos que en ella participan. Al contrario, se puede observar que la cultura es una construcción humana y por ello es susceptible a ser cambiada. El actuar y pensar de las personas va cambiando y así también la concepción que se tiene de “la cultura”.

Retomando el tema de los procesos culturales y los espacios, en este caso los del subterráneo de Buenos Aires, se puede considerar que estos aspectos se encuentran en una relación dialéctica. Si bien el espacio influye sobre los procesos culturales, también se ha de considerar que los procesos culturales influyen sobre el espacio de la sociedad. A partir de esto último, se puede apreciar que si los procesos culturales cambian, entonces los espacios también, ya que entre los procesos culturales y el espacio (no físico sino construido simbólicamente) hay una dinámica muy particular expresada de forma dialéctica (Cámara, Iacono y Ladera, 2008). Es decir, hay una relación estrecha entre los espacios y las personas. La forma en que están construidas las ciudades, su urbanismo y locación proporcionan elementos para los procesos culturales, ya que influyen en las formas de relación de las personas, los espacios de esparcimiento y algunos rasgos identitarios de las mismas. De igual manera que los espacios influyen en las personas, así mismo las personas dotan de ciertas características a los espacios, los transforman, los resignifican. No son espacios estancados, sino que están en una permanente modificación, son vulnerables a la acción de las personas.

Partiendo de lo previamente expuesto, se podría afirmar que los procesos culturales constituyen la forma en la que se piensa y se siente la realidad cotidiana, en el que se establecen un conjunto de creencias que son organizadas por medio de prácticas comunes con las que los individuos dan forma a la visión que tienen del mundo, de sí mismos y de sus relaciones con los demás. Todo esto ubicado en un espacio que, como se menciona anteriormente, no sólo es físico sino que está constituido por un conjunto de símbolos, significados y sentidos. La cultura, señala Tapia (2005), se presenta como un entorno de acciones divergentes, como un escenario de apuestas simbólicas. La reordenación, descomposición y construcción de los espacios son características sobresalientes de lo urbano y el diseño juega un papel preponderante en esto, expresando los valores culturales del mismo.

Así, como señala Mato (2004) se insiste en hablar de “procesos culturales” y no de “la cultura” con el fin de resaltar a los actores y las prácticas que éstos llevan a cabo, a través de las cuales construyen y reconstruyen la visión que tienen del mundo, de sí mismos y de sus relaciones con los demás. Precisamente, considerar los procesos culturales implica aproximarse a las formas, usos y desusos de aquello que constituye lo cultural, los cuales se relacionan dialécticamente con los espacios de las ciudades, tanto físicos como simbólicos, así como con la historia que tienen estos espacios y que de alguna manera le da características identitarias a los mismos. De esta manera, esta investigación se enfoca en las personas, en los actores, en los observadores, más allá de aquellos que construyeron el subterráneo, o su diseño o las empresas involucradas, la vista está volcada en el ciudadano común, el transeúnte que hace uso de estos espacios.

Así mismo, autores como Yúdice (2002) consideran otro papel que se puede dar a los procesos culturales, ya que su rol se ha expandido de una manera sin precedentes al ámbito político y económico al tiempo que las nociones convencionales han sido considerablemente vaciadas. En lugar de concentrarse en el contenido de los procesos culturales tal vez sea más conveniente abordar dicho tema en esta época considerándolo

como un recurso. Éste énfasis dado en los procesos culturales donde se destaca el papel de los actores, se relaciona con los imaginarios urbanos debido a que en ambos puntos se enfatiza la participación de los ciudadanos en cómo se crean, imaginan y construyen, en el caso del subte, los espacios, las actividades y las practicas que se dan en la vida cotidiana en la urbe. Los ciudadanos no solo construyen los espacios y procesos culturales como un proceso continuo, cambiante e inacabado, sino que además los representan imaginariamente de modo de desenvolverse en la ciudad.

2.2 La identidad

En base a lo anteriormente dicho sobre la cultura y la existencia de conceptos diferentes y relevantes para la investigación, un caso similar ocurre con la conceptualización de la identidad. Se ha dicho anteriormente que es justo esta amalgama de características y elementos históricos y en constante construcción lo que le da identidad a los espacios del subterráneo. Asimismo, se podría considerar que la ciudad de Buenos Aires tiene una identidad que se ha ido construyendo con el paso del tiempo y que además cada una de sus zonas y barrios poseen características diferenciales. De igual modo, el subterráneo es un espacio dentro de la ciudad que se ha ido desarrollando con el tiempo y en base a las necesidades de los ciudadanos. Así, en este engranaje cultural, identidades e imaginarios urbanos, resulta necesario esbozar brevemente algunas conceptualizaciones en torno a la identidad, lo cual tampoco está libre de controversias y amplitud de definiciones (Iñiguez, 2001).

La identidad es también una construcción social. Las características relevantes de un espacio como el subterráneo de Buenos Aires están influenciadas por el actuar cotidiano de las personas, por los usos que hacen de los espacios y por lo tanto cambiante, más allá de la identidad propuesta por el subterráneo como institución.

Al hablar de la identidad como una construcción social y al presentar el dualismo individuo/sociedad respectivo da a lugar a ciertas consideraciones ontológicas. Con el propósito de abandonar estos dualismos se ha definido, desde distintas perspectivas, al ser humano como “ser social” en lugar de “ser psicológico”, como punto de partida para sustituir las teorías clásicas individualizadas de la identidad por teorías relacionales (Gómez, 2003). En este sentido se toma en cuenta la influencia social, cultural e histórica que tienen los fenómenos en las personas. De esta manera se parte del hecho de que la realidad social tiene un papel principal en la identidad, no solo visto como algo personal, subjetivo e individual.

En la versión débil de estas perspectivas, lo social es concebido como un conjunto de contenidos ajenos al individuo que los internaliza. En ellas, la subjetividad tiene una existencia *a priori* a las influencias externas pero se configura a partir del efecto que ejerce el espacio de lo social o lo cultural. De esta manera, plantean cómo la estructura de la sociedad se refleja en la estructura de la identidad (Gómez, 2003).

Sin embargo, aunque esta postura defiende la interacción entre el individuo y la sociedad, siguen manteniendo los dos polos como entidades independientes, pues afianzan la noción del individuo clásica de nuestra disciplina en la que lo social es mero contexto. Por ello, no logran escapar de la lógica dicotómica. Y es que, como lo plantea Gómez (2003), ¿cómo una entidad puede interactuar con aquella por medio de la cual está constituida? Por lo que la misma noción de interacción resulta problemática ya que busca articular los fenómenos psicológicos por un lado y los fenómenos sociales por el otro, como si efectivamente estuvieran separados.

Desde este punto de vista, la sociedad y el individuo son inseparables porque, en primer lugar, la inserción en la sociedad exige que el individuo posea una identidad que le permita entrar en determinadas relaciones sociales y una capacidad para abarcar estas relaciones y sus posibilidades. El segundo lugar, porque las condiciones de la sociedad penetran hasta el propio centro de la individualidad, construyendo una subjetividad

atravesada permanentemente por una pertenencia social particular. La unidad de una sociedad debe ser visualizada como una subjetividad colectiva, a través de los sistemas de valores instituidos e instituyentes, actuando los primeros con un carácter consolidado y reproductor y los segundos en calidad de portadores de nuevas producciones de sentido.

Los sujetos no asimilan simplemente la experiencia social, sino que la transforma en valores, disposiciones y orientaciones propias. El individuo, al aceptar la experiencia social no de forma directa, sino transformada en su propio sistema valorativo y conceptual, está marcando en la sociedad, a través de su actividad, su propia existencia.

Es por esta razón que no existe otra forma de asimilación de la realidad que la de su transformación activa y es por ello que concibe al hombre tanto como un producto de las relaciones sociales dadas en las condiciones de una sociedad concreta, como sujeto portador de estas relaciones y miembro activo de la sociedad a la que pertenece. Este proceso debe ser entendido como una permanente relación dialéctica instituido – instituyente, que desborda el marco grupal hasta llegar a las instituciones que los contiene donde simultáneamente y permanentemente se van reproduciendo los mecanismos de perpetuación y a la vez, inevitablemente los van transformando en la medida en que las fuerzas instituyentes se abren camino en las grietas de lo instituido (Cámara, Iacono y Ladera, 2008).

En este sentido, al hablar de los espacios del subterráneo de Buenos Aires, este espacio compartido, lo grupal, lo identitario no es una realidad cerrada, es más bien una construcción socio-psicológica que se hace visible desde las particularidades de la dinámica cuya lectura se hace necesaria para entender sus procesos de desarrollo. Lugar por excelencia de génesis y transformación, resignifica el lugar de “lo grupal” en un doble movimiento teórico: el trabajo sobre sus especificaciones y su articulación con las múltiples inscripciones que lo atraviesan (Cámara, Iacono y Ladera, 2008).

Dicho esto, las identidades no pueden seguir siendo pensadas desde el dualismo clásico, donde se separa al individuo de lo social y de su espacio urbano cotidiano. Es por esta razón, que es necesario tomar en cuenta algunas perspectivas socioconstruccionistas², como las señaladas por Berger y Luckmann (1989), Gergen (1985), Ibañez (1994), consideradas como una versión fuerte sobre el “ser social”, en las que se parte de la idea de que individuo y sociedad, público y privado, subjetivo y objetivo, no son conceptos separados sino estrechamente conectados en su naturaleza y estructura.

A este tópico conviene rescatar el planteamiento de Davidson (1992) en torno a la noción de pensamiento público, pues aquello que se ha establecido tradicionalmente como privado a través de criterios mentalistas o se ha explicado a través de entidades internas, íntimas o individuales.³ Según Davidson (1992) se debe apelar a que no existe tal cosa como lo puramente privado o engendrado por nosotros mismos, sino por el contrario, todo lo que sabemos se construye en la esfera de lo público, de lo simbólicamente preestructurado (Habermas, 1988). Por tanto, actividades que eran consideradas tradicionalmente como propias del mundo interior (por ejemplo el pensamiento, la memoria y las emociones) se pueden considerar con un carácter predominantemente sociocultural.

Así pues, desde este punto de vista, la identidad esta mediada por el contexto cultural, histórico y social y su análisis queda delimitado por esta trama de producción. La repercusión de esta postura es clara: “no cabe análisis identitario alguno que pueda ignorar o ir más allá de las condiciones de posibilidad y el uso social de toda identidad” (Iñiguez, 2001, p. 10). En el caso de la identidad de los espacios no es una excepción debido a que resulta igualmente importante el contexto de producción, los factores históricos, sociales y los procesos culturales que se presentan en los espacios. Particularmente en el caso del subterráneo, que es un espacio de gran tránsito, con procesos históricos vinculados a la ciudad y su desarrollo, considerar estos contextos de

producción es necesario para el análisis de las actividades y el diseño de este lugar. Como señala Gergen (1973) si las sociedades humanas son históricamente cambiantes, también lo debían ser los significados que las personas le atribuyen a la realidad, de modo que, si los significados influyen en las acciones y decisiones de las personas que forman esas sociedades.

En este sentido, la identidad y los procesos culturales, considerándolos como conceptos dinámicos, están mediados por todo el contexto social e histórico. Al estudiar los fenómenos esta consideración resulta pertinente y se debe tomar en cuenta. A la vez en el contexto social del subterráneo se pueden evidenciar varios aspectos. Tal vez, la etnología pueda ayudar a comprender lo que es demasiado familiar como para resultar ajeno, y en este caso del subterráneo, a aclarar la paradoja de que no hay nada tan individual, tan irremediamente subjetivo como un trayecto en particular en el subterráneo, y que sin embargo, nada es tan social como semejante trayecto, no sólo porque se desarrolla en un espacio-tiempo sobrecodificado sino también y sobre todo porque la subjetividad que en él se expresa y que lo define en cada caso (todo individuo tiene su punto de partida, sus combinaciones y su punto de llegada) forma parte integrante, como todas las demás, de su definición como hecho social total (Augé, 1987).

Para Augé (1987) la etnología puede hacerlo, con la condición de no poner aparte la alteridad próxima y en la medida en que su reflexión sobre el hecho social total tenga en cuenta esencialmente la relación entre sociología y psicología. De esta manera se buscan conocer los lazos entre los individuos y sus espacios, las actividades que se desarrollan en ellos, cómo afectan estas actividades al subterráneo, a los otros pasajeros, al turista, cómo es el espacio, por qué esos espacios, etc. Así, la identidad es vista desde su carácter social, donde se presentan diferentes elementos históricos y culturales que dan forma a la identidad de un lugar, donde las personas modifican, transforman y simbolizan esta identidad. Estas conceptualizaciones en torno a la identidad se relacionan con los procesos culturales en que ambos tienen como factor importante en su

producción los aspectos históricos y sociales, así como al papel que desarrollan los ciudadanos, quienes no sólo representan los imaginarios urbanos sino que participan activamente en los procesos culturales y de identidad.

2.3 Cultura y poder

Continuando con las teorizaciones de los procesos culturales y las acciones y los significados, para Lotman (1996) la cultura, considerada aquí como un conjunto de procesos culturales, es algo más que el estudio del todo que rodea al hombre, se trata del producto de un trabajo de distinción permanente que conforma sus propias fronteras a partir del sentido compartido o el acuerdo comunicativo. Así mismo el propone diversas esferas en donde se desarrolla el mundo de la vida cultural y la tensión presente en ellas

Múltiples sujetos en un entorno determinado dejan de ubicarse como polos de un proceso de intercambio de información y pasan a caracterizarse como sujetos competentes capaces de interactuar, en un marco o sistema y significar, generando identidad (Lozano, 1995). Fundamentando el anterior punto de vista, Garduño y Zúñiga (2005) señalan a Lotman (1996) crea la noción o concepto propio de “semiósfera”: una capa de sentido que, operando a modo de metáfora de las esferas terrestres (atmósfera, ionósfera o biósfera) y que se hace aplicable la vida al caso cultural y, específicamente, al marco de relaciones humanas y de los espacios en donde habitan las personas.

A partir de esto se puede identificar a los procesos culturales como producto de una serie de intercambios comunicativos que dan lugar a actos relacionados con la propia condición humana, y por otro lado con un ecosistema específico y por último, con los objetivos específicos de un marco operativo de relaciones, como puede ser la organización, en este caso el subterráneo de Buenos Aires (Garduño y Zúñiga, 2005). De esta manera se siguen tomando en cuenta los aspectos comunicativos, de integración y el hecho de compartir un sentido de identidad dentro de un grupo, como se ha

mencionado anteriormente.

Desde su perspectiva o enfoque, la semiótica de Lotman, permite dar a los procesos culturales y a cada una de sus manifestaciones un carácter dinámico, donde las formas simbólicas interactúan y se condicionan (Garduño y Zúñiga, 2005). En el subterráneo, donde se encuentran diferentes tipos de personas y actividades (económicas, artísticas y a su vez de apropiación) se presentan a su vez diferentes manifestaciones y acciones que convergen y forman parte de los procesos culturales que se dan en este lugar. Esta perspectiva de Lotman se relaciona con lo propuesto anteriormente sobre procesos culturales, debido a que se destaca el carácter dinámico, de relación e interacción de diferentes elementos, actores y procesos en los espacios.

La semiósfera, por lo tanto, no es otra cosa que la interacción de múltiples sistemas de sentido que se relacionan y condicionan entre sí, generando mutuos movimientos o transformaciones estructurales (Lotman, 1996). Así, en un espacio como el subterráneo se podría considerar que existen diferentes sistemas de sentido que simbólicamente se manifiestan de diversas maneras.

De este modo se hablaría de semiósferas que pueden interactuar entre sí en múltiples niveles y con formas diversas. Cercano a una perspectiva dialógica al considerar las relaciones entre diferentes sistemas de sentido, Lotman (1996) establece un esquema básico de intersección que permite visualizar y comprender modos distintos de correspondencia entre formas simbólicas, sujetos, operaciones, la posibilidad planteada por el modelo para entender la cultura como un asunto dinámico, cuyas formas, estructuras y sentidos se modifican mediante interacción comunicativa, que se van integrando a la memoria histórica y a la cotidianidad (Garduño y Zúñiga, 2005). En este sentido, el aporte de dicho autor se caracteriza por tomar en cuenta diferentes aspectos que integran o que inciden en los procesos culturales, no caracterizándolos como un objeto o proyecto terminado, sino más bien como en constante producción y multifactorial

En base a este planteamiento de Lotman, Garduño y Zúñiga (2005) proponen caracterizar la cultura de las organizaciones. Dichos autores consideran que el reto de las organizaciones empresariales y las de cualquier otro tipo será el de fungir como atractores y gestores de esa diversidad cultural para canalizarla hacia la realización de objetivos productivos específicos.

Un sistema modelizante organizacional como un productor textual sirve como punto de partida para la expresión, la comunicación y las sucesivas interpretaciones y reformulaciones del modelo organizacional (Garduño y Zúñiga, 2005).

Su naturaleza es consecuencia de un encuentro y, por consiguiente, de una alteración, excepción o cambio permanentes. Dentro de él pueden coexistir diferentes culturas, pero éstas se circunscribirán a las posibilidades que las propias fronteras permitan. Plantea que el modelo de intersecciones de Lotman puede acercar a una perspectiva gráfica que ilustre el modo en el que la relación sistémica origina nuevos modelos y referencias que rebasan no sólo a los marcos internos de relación en la organización sino a ella misma en muchos niveles (Garduño y Zúñiga, 2005).

De esta manera sería posible que los miembros de la organización sean capaces de relacionarse no con la organización real, sino con un constructor /mediador de estructuras de sentido histórico-culturales, es decir con esta formación de imaginarios urbanos. Este sistema de sentidos compartido en las organizaciones permea tanto las relaciones como las acciones, e incluso le imprime a los objetos, materiales o simbólicos, sentidos que determinan los modos como los sujetos se relacionan y actúan sobre ellos (Garduño y Zúñiga, 2005). Es posible entonces observar como estos sistemas de sentido y percepciones influyen en las acciones de las personas y su comportamiento en los espacios.

Sin embargo, para Lotman (1996) es imprescindible incluir el concepto de tensión entendiéndolo como una resistencia de fuerzas que se oponen en los espacios. Resulta importante destacar el hecho de las posibles tensiones que se suscitan en un ambiente

como el subterráneo de Buenos Aires, debido a que es un espacio urbano de importancia histórica para la ciudad y por la gran cantidad de personas que transitan sus espacios. Cómo es la convivencia entre estas semiósferas, de estas manifestaciones culturales, cómo se produce la intersección donde existen representaciones culturales, símbolos y características que comunican la identidad organizacional, pero que a la vez coexiste simultáneamente con otras expresiones y manifestaciones culturales.

En este contexto de lucha de significados, mensajes y expresiones, son pertinentes los planteamientos y significados sobre el poder. En sus estudios sobre el funcionamiento del poder en la sociedad, Foucault, analizado por Ávila (2007) quien señala que cada época cultural posee un código fundamental, un orden o configuraciones que adopta el saber (episteme) y de cómo se piensan e interpretan los objetos (*a priori* histórico). Es decir cada época, cada momento en la historia tiene características particulares, tiene simbologías y elementos que guían como son pensados los fenómenos (Ávila, 2007), y donde influyen los procesos culturales de cada lugar y sus situaciones socio - políticas. El subterráneo de Buenos Aires es pensado y concebido diferente hoy en lo que fue en otros tiempos. Cada una de las líneas tienen elementos de su propia época, signos que les son propios, significados que se relacionan con un espacio en la historia de la ciudad.

Los códigos de una cultura, los que rigen su lenguaje, sus percepciones, sus cambios, sus valores, sus técnicas, la jerarquización de sus prácticas, fijan previamente para cada hombre los órdenes empíricos con los que tendrá algo que ver y dentro de los que se reconocerá (Ávila, 2007). De esta manera, algunos actores sociales dentro del subterráneo de Buenos Aires, podrían considerar que en conjunto participan en las políticas culturales, cuando intentan otorgar nuevos significados a las interpretaciones culturales dominantes de ciudad, de democracia, de derechos, de expresión, de comercio, etc. (Escobar, Álvarez y Dagnino, 2001), utilizando para ello diversos canales de expresión poco convencionales y que responden a una lógica cambiante y novedosa.

De esta forma, se puede pensar que todo movimiento de contestación del orden simbólico y de denuncia del contrato implícito de adhesión al orden establecido es político, por el hecho de cuestionar aquello que parece evidente y que está fuera de discusión (Gómez, 2003). En el presente paisaje político y social, Reguillo (2000) indica que conviene tener en cuenta la pregunta acerca de quién o quiénes están socializando para la vida, cuáles son los espacios de la ciudad que dan un lugar a la diversidad; por qué estos espacios, quiénes están en estos espacios, cuáles son los procesos articuladores que puedan integrar las diversas voces y esfuerzos cotidianos. Por ejemplo, el subterráneo de Buenos Aires es un espacio donde hay diferentes expresiones de la vida social, publicitarias, los *graffiti*, los músicos, etc de modo que es un lugar donde se ve la diversidad mencionada anteriormente y donde se da inclusión a diferentes actividades y sujetos.

Asimismo el diseño del subterráneo de Buenos Aires se podría considerar que es una expresión del poder que ejerce la organización de una manera esencialmente simbólica y que identifica el espacio, las estructuras de la compañía y participa en la construcción de la imagen e identidad organizacional. El poder en cuanto a que como organización y servicio hay marcadas cosas que se deben o no hacer, prohibiciones, modos de comportamiento esperados que se van creando junto al diseño y señalizaciones.

Sin embargo, hay que tener en cuenta la consideración que hace Foucault (1994) quien señala que el poder no se posee, se ejerce; es decir no hace referencia a que lo tiene un grupo particular de personas, organización, etc. Con este apartado Foucault indica que el poder se relaciona más con una maniobra u habilidad. Esta forma de estrategia puede estar de parte de un grupo en un momento dado pero esto puede cambiar el cualquier momento, ya que todo es susceptible al cambio y estos procesos no son estáticos. Este punto puede ser relacionado con el subterráneo de Buenos Aires, ya que al constituir un espacio público, históricamente construido y frecuentemente

transitado, se encuentra que aunque posiblemente es el diseño predominante, no es el estático e inmodificable.

La razón de la posible resistencia o tensión entre un diseño institucional y unas actividades de apropiación del espacio, pueden ser variadas. Desde intereses que aun son desconocidos, de ejercer la ciudadanía, motivos económicos, o el deseo de apropiación de un espacio público, simbólica o físicamente. En cuanto a esto, Ávila (2007) señala en referencia a Foucault que el poder tiene una dimensión que es necesaria considerar: la dimensión del interés y el deseo, señala que éstos modelan el poder, lo difunden, que explican el por qué de ese ejercicio de la microfísica del poder. La recompensa en materia de deseo podría ser comunicar, expresar una idea, poseer un lugar, opinar, oponerse ante algo, como por ejemplo el caso del *graffiti*.

En el caso del subterráneo, como telón de fondo se encuentran, como señala Augé (1987) las acciones de los usuarios que parecen participar entre sí, de manera apaciguante de la suerte de todos, de la ley del género humano que resumen algunos lugares comunes y simboliza un extraño lugar público, con recorridos, señalizaciones y prohibiciones. En la práctica, en el subterráneo se sitúa el recorrido individual y es en este aspecto que dicha ley es ejemplar de lo que se podría llamar la paradoja del ritual: siempre es vivida individualmente, subjetivamente, únicamente los recorridos le dan una realidad, individuales y sin embargo es eminentemente social, la misma para todos, ley que confiere a cada uno ese mínimo de identidad colectiva por el cual se define una comunidad (Augé, 1987).

De esta manera que al investigar del mejor modo posible la esencia del fenómeno social constituido por el subterráneo de Buenos Aires debería dar cuenta no solo de su carácter instituido y colectivo sino también de aquello que dentro de ese carácter se presta a elaboraciones singulares y a imaginaciones íntimas, sin las cuales dicho fenómeno ya no tendría ningún sentido. En efecto esta sería, para quienes lo utilizan

todos los días, la definición prosaica del subterráneo: la colectividad sin el festejo y la soledad sin el aislamiento (Augé, 1987).

Se podría pensar que a causa de su resistencia a toda empresa de definición exhaustiva, el fenómeno del subterráneo puede pasar por un ejemplo notable de hecho social. Augé (1987) señala que para Mauss el hecho social total tiene por lo menos dos propiedades, la primera es la circunstancia de que es a la vez, económico, social, etc; que significa en otras palabras que es irreductible al lenguaje de la institución. Su segunda propiedad tienen que ver con su carácter contractual o convencional, carácter que presupone una formulación explícita y una conciencia por lo menos implícita y no totalmente inconsciente de la relación con los otros (Augé, 1987).

De tal manera es importante considerar los aspectos sociales, de transformación, los procesos culturales e identitarios en el subterráneo, así como su historia para obtener una visión integrada de los fenómenos que se suscitan en el subterráneo de Buenos Aires. Aunado a esto podría preguntarse qué se quiere comunicar en estos espacios mediante las actividades de apropiación del espacio y si éstas actividades se relacionan con una búsqueda de poder. Estos aspectos junto a los procesos históricos y la perspectiva de los imaginarios urbanos forman un engranaje teórico que debe ser considerado para el estudio de los espacios urbanos y las actividades que en ellos se desarrollan.

2.4 Consideraciones críticas en torno a los conceptos de identidad e imagen corporativa

Estas conceptualizaciones de cultura e identidad están enmarcadas en las interacciones sociales y por lo tanto en lo urbano que constituye un principio para el tema del Subterráneo de Buenos Aires como organización y como espacio urbano.

La comunicación no solamente se ha convertido en una herramienta estratégica, sino que ahora tiene diversas competencias, antes limitada a solamente la publicidad,

ahora abarca un abanico de funciones como identificar la institución, transmitir posicionamiento, persuadir públicos, informar a los interlocutores, construir una imagen institucional, destacarse, evidenciar la estructura organizacional, entre otros (Chaves y Bellucia, 2008). Se podría considerar como una de estas importantes herramientas de comunicación lo que es llamado identidad e imagen corporativa.

Desde este punto de vista la identidad e imagen corporativa de una empresa tiene unas características de inmutabilidad y privacidad, es algo que lo dicta la empresa y desde un punto de vista lineal e ideal, donde la empresa es lo que se dice ser o así se va a comunicar la misma.

Una visión así, le otorga poca importancia en la formación de la imagen a las informaciones provenientes del exterior de la empresa, como las de la competencia y las del entorno general social, económico y político. Como señala Reguillo (2000) la identidad se trata de un concepto relacional que supone procesos de identificación y procesos de diferenciación que implica necesariamente una tarea de construcción a partir de la interacción con otros, en tanto igual y distinta. En este sentido, la identidad muestra su propia alteridad que se construye históricamente frente a los demás.

Aún cuando se podría considerar que la imagen e identidad corporativa de la empresa se comunica a otros y depende de cómo es significada por esos otros, un punto de vista como el señalado por Chaves y Bellucia (2008), considerarían a la imagen corporativa como una propiedad de la empresa, como algo que la compañía posee, como un instrumento de gestión, y que es adecuadamente transmitida a los públicos para que ellos la reciban y la adopten como suya. Esta visión considera que la imagen de la empresa la construye la propia compañía y la comunica a través de su acción cotidiana y de su comunicación corporativa. La imagen corporativa se forma en los públicos de la empresa, por lo tanto, es una construcción propiedad de los públicos de organización.

Dicha visión de la imagen e identidad corporativa representa una concepción unilateral y sesgada debido a que aún cuando las instituciones pretendan dar algún tipo

de imagen o identidad, realmente esta no solo depende de su acción. Es menester considerarla como una construcción en conjunto con las personas a las que va dirigido el mensaje de la empresa, ya que no solo no se trata de un mensaje unidireccional, debido a que las personas no son recipientes vacíos sino que, a la vez van elaborando concepciones, opiniones y experiencias en torno a esta comunicación; además intencional o sin intención hay acciones de personas y grupos que modifican estos presupuestos de las instituciones.

De tal manera resulta apropiado estudiarla y analizarla desde la perspectiva de los públicos de la organización y de su interpretación de la organización, más que desde el ángulo de la empresa, y de la construcción de los mensajes que ella realiza. Hay una mediación en esa comunicación con las personas y como ellas imaginan las instituciones y esto no siempre va a corresponder a como las instituciones crean la identidad y su imagen. Las instituciones son creaciones humanas, y como plantea el socioconstruccionismo, más allá de su reificación y cosificación, constituyen empresas humanas, de modo que resulta indivisible del contexto histórico, social y de la ciudadanía en general.

Así en esta investigación el interés está en cómo los usuarios ven el diseño y su modificación mediante las actividades de apropiación del espacio, y no solo el diseño desde un punto de vista estético o partiendo de la creación del mismo. Se busca el punto de vista del usuario que está inmerso en los procesos culturales de este espacio urbano. Esto además, reivindica el hecho de que esta identidad e imagen corporativa es susceptible de ser cambiada por diversos factores y agentes. Por ejemplo en el subterráneo existe actividades comerciales, artísticas y gráficas que intervienen en el diseño del subterráneo y esto afecta a la imagen e identidad corporativa, de modo que ya la percepción que tendrán los usuarios va a ser diferente al plan original que se tenía en un principio como organización.

En relación a esto, Satué (1992) señala que es necesario reivindicar la calidad de los proyectos y la responsabilidad frente a la audiencia, es preciso que el diseño adquiera un compromiso profesional frente a su acción generadora e influenciadora en el ambiente cultural y social en donde está sumergido. El diseño como comunicador debe considerar su influencia social, que está dirigido a personas, de tal manera que tiene un valor social, no solo estético sino que está en el mundo social y en relación a las acciones de las personas.

Asimismo, los procesos culturales del subterráneo de Buenos Aires, su identidad, sus relaciones de poder y su imagen corporativa están caracterizados ser relacionales. Estos procesos vienen dados por la conjunción de acciones, personas, espacios que se suscitan en este lugar. Cada elemento resulta difícil ser analizado por separado ya que todos confluyen y aportan diferentes elementos a este fenómeno.

Sin embargo, se podría concluir que es importante considerar el aporte de los ciudadanos a los espacios, a la identidad e imagen corporativa y a resaltar la construcción social que hacen de un espacio como el subterráneo, no como algo ajeno a ellos o incapaz de ser modificado. Se trata más bien de una construir y reconstruir continuo, que es inmanente a la vida cotidiana y al ser social. Resulta de este modo, considerar todos estos procesos como en constante cambio, y no como algo único e inamovible, así la imagen e identidad corporativa no es una excepción, resulta importante considerarla como dinámica también y que está influenciada por los acontecimientos y el actuar de las personas. Todos estos procesos son factores que contribuyen a la formación del imaginario urbano del subterráneo: la tensión, las luchas de poder, la cultura porteña, la cultura e imagen organizacional, el diseño, la comunicación visual, la identidad urbana. Son elementos que contribuyen a estos espacios, y que considerar al subterráneo sin estos elementos, que no están de fondo sino que permean el fenómeno, supondría una visión limitada de lo que se observa en estos espacios en la actualidad.

¹ Para mayor información de este tema ver Salud, C. (2007). *Las trabajadoras del subte protagonistas de cambios*

² El construccionismo hace referencia a una perspectiva socio-histórica, señalada por Kenneth Gergen (1973) quien explica que es un intento metateórico por construir una alternativa a la hegemonía del empirismo en la epistemología, del conductismo y del cognitivismo en la teoría y del experimentalismo en la metodología, la trilogía que fundamenta el núcleo de inteligibilidad de la psicología moderna. Proponiendo así una línea de trabajo que aborda la crítica y desconstrucción del conocimiento psicosociológico tradicional y que el propio autor denomina como construccionismo social. Lo que se propone el construccionismo, entonces, es desarrollar una perspectiva alternativa al enfoque individual del conocimiento, permitiendo analizar el rol que juega el saber compartido por una comunidad en la mantención y reproducción de la realidad. Para ampliar esta información ver Berger y Luckman,(1968) y Gergen (1973 y 1985)

³ Para mayor información sobre este tema consultar Davidson, D. (1992) *El mito de lo subjetivo. Mente, mundo y acción; Radical interpretation. Inquiries into truth and interpretation (2001)*

"La ciencia será siempre una búsqueda, jamás un descubrimiento real.

Es un viaje, nunca una llegada."

Karl Popper,

Capítulo III: El diseño y la comunicación visual en el subterráneo

3.1 El diseño en el ámbito social

El diseño se ha transformado en una disciplina dedicada a dar respuestas a problemas en diferentes ámbitos de la sociedad. Al ubicarse en el eje de los procesos culturales, el diseño ha ocupado un lugar importante en el ámbito de la producción. Tanto el valor simbólico del objeto como su capacidad para crear cambios y ajustarse a las necesidades parece ser parte de estrategias económicas y culturales, lo que supone una conciencia de que el diseño va más allá de una simple ornamentación.

Scott (1974) define al diseño como "toda acción creadora que cumple su finalidad" (p.1). Para este autor la creación no existe en el vacío sino que forma parte de un esquema humano, personal y social, por lo que involucra una necesidad, se hace, se crea por una razón humana y especialmente social. Es decir, el diseño es una creación por y para las personas.

Otro autor como Costa (1992) plantea que todas las formas de diseño implican un doble proceso, uno interno de desarrollo creativo, y un proceso externo donde hay un desarrollo comunicacional. Costa propone un enfoque comunicacional del diseño, poniendo en relieve la existencia de tres polos fundamentales: la empresa, el diseñador y el público, considerando éstos como un sistema independiente y por tanto también un proceso de comunicación y de interacción. Igualmente considera que el diseño incluye signos de identidad, representada originalmente por la marca, más tarde por el diseño de la identidad

corporativa y actualmente por lo que el autor denomina diseño de la imagen global, que es una actividad pluridisciplinar de diseño guiada por una mentalidad esencialmente coordinadora de comunicación.

Algunos enfoques del diseño proponen la interdisciplinaridad, como Martin (2002) que expone la antropología del diseño, que tiene como finalidad vincular lo humano con el objeto, que sería el aspecto central del diseño, aquello que guía la creación de las cosas, sus usos y el lugar que guardan en la memoria de la comunidad. De esta manera esta autor explica la necesidad de la transdisciplinaridad en el estudio del diseño, señalando que los problemas del diseño no son asunto de una sola disciplina, un oficio o un arte, sino que su relación estrecha con lo humano obliga a una visión que integre y comprenda lo específico, tales como la comunidad de usuarios, una técnica, un problema local; y lo que trasciende dicha especificidad que sería las sociedades y a lo global.

Sin embargo, autores como Tapia (2005) acotan la falta de estudios especializados que incorporen criterios de análisis y de crítica que busquen comprender el papel del diseño en la sociedad, por lo que esta disciplina parece haberse marginado del debate social y cultural. A este respecto Margolin (1989) agrega que este bajo perfil que el diseño ha tenido en los debates en la actualidad no refleja una marginalidad inherente del mismo, sino más bien indica su débil conceptualización.

No obstante el diseño podría considerarse una actividad integradora, capaz de nutrir junto a grupos interdisciplinarios la comprensión que se tiene del entorno y de los espacios. Se trataría de situar al diseño y a sus producciones en un nivel de análisis que incluya su dimensión cultural y social para entender su núcleo epistemológico. La premisa principal sería el diseño insertado en el mundo social de la vida. Como una disciplina circunscrita a las relaciones humanas, interpretada como hechos comunicativos, a la acción y a los acuerdos sociales. En el caso del diseño del subterráneo, tanto el gráfico como el espacial, no se

puede considerar alejado del entorno social en que está circunscrito, ya que está justamente para ejercer una función social y de esta manera forma parte de los procesos culturales de la ciudad.

Así, es preciso considerar al diseño dentro del entramado de la opinión y en la confrontación de diferentes procesos culturales y circunscritos a condiciones políticas, históricas y culturales. Tapia (2005) explica que el discurso del diseño estaría así orientado a una reflexión tanto de las condiciones persuasivas que regulan los procedimientos de la gestación de objetos y espacios, como también de un análisis de las premisas sociales involucradas en sus acciones comunicativas.

El diseño es una práctica que participa en la construcción de argumentos sobre lo social y lo cultural, sobre la vida cotidiana y lo urbano, para incidir a través de ellos en la acción práctica de los sujetos y las instituciones.

En relación a la carencia teórica, se le suma, o viene involucrada intrínsecamente la problemática de la identidad y conceptualización de la disciplina. Cuando se habla de diseño surgen numerosas perspectivas sobre la explicación de qué es diseñar, pudiendo ser una planificación, un acto creativo, una técnica, un método, etc.

Como señala Tapia (2005) el diseño lleva implícitamente una perspectiva social y de diferentes modelos de mundo y, por tanto, existiendo diversas e inclusive conflictivas ideas de mundo resulta muy difícil hablar de una teoría o conceptualización única de lo que es el diseño. Sin embargo, su rasgo intrínseco e identitario es el papel que juega como actividad que materializa los diferentes proyectos que componen los procesos culturales, su capacidad performativa que implica, más allá de expresar las ideas sociales, convertirlas en acciones, participando en la vida diaria a través de la relación que se establece entre los objetos, las imágenes y los individuos.

De esta manera, la visión del diseño aquí planteada, más allá de definiciones, consiste en resaltar su interdependencia con las disciplinas de las ciencias sociales, distinguiendo su carácter social, su inmersión en el mundo cultural y urbano, donde se destaca su performatividad, sus implicaciones en el comportamiento de los usuarios, la información que provee y el papel que representa en el día a día del subterráneo.

3.2 Características del diseño en el Subterráneo de Buenos Aires

En base a la información expuesta anteriormente, se pretende a continuación señalar ciertas características, elementos y el proceso histórico que se presenta en el subterráneo de Buenos Aires. El creador de la señalética y gráfica del subterráneo es Ronald Shakespear (2009), quien explica que el diseño es una respuesta a una necesidad social, que da origen y legitima su existencia. Dentro del plan de señalización, la intervención de diseño efectuada en el mapa de la traza de la red del subterráneo de Buenos Aires comienza por replantear un viejo mapa diagramático con problemas de percepción y problemas de comprensión. En el nuevo mapa del subte, la yuxtaposición de la traza ferroviaria a la traza urbana, permite la posibilidad de vincular los hitos ciudadanos con el menú del servicio del subte (DIB, 2008). Como señala Wolke (2010) “las señales son expresiones activas de identidad que van más allá de simplemente guiar a la gente o resolver problemas básicos de circulación y comunicación” (p.25).

En este sentido, haciendo un recuento de la historia del diseño del subterráneo de Buenos Aires, se podría decir que la situación de los subterráneos en 1994, antes de iniciarse un proceso de rediseño radical que concluiría del todo en 2007, no era precisamente ideal (DIB, 2008). La señalización implantada, un elemento tan importante para el adecuado funcionamiento de un sistema de transporte, se confundía entre los innumerables mensajes gráficos de la ciudad (DIB, 2008). Por otro lado, si bien las señales

tienen como rol fundamental ordenar el flujo vehicular y peatonal, su contribución mayor es la construcción de la identidad del lugar.

Entre algunas características de este nuevo diseño del subterráneo, se puede decir, como señala Shakespear (2009), se rescataron los colores históricos de las líneas y se salió a la calle para emblematicar el Subte en el paisaje urbano de las bocas de acceso. La actualización de la imagen acometida en 2007, por su parte, supuso entre otras cosas la adopción de colores distintos para las bocas de acceso de cada línea, hecho que algunos describieron con expresiones como que se había puesto el arcoíris en la ciudad (DIB, 2008).

Shakespear describe que su mayor tarea en este proyecto de quince años de duración fue demostrar la importancia de esta nueva y accesible marca y su posición como emblema del nuevo sistema de señalización. Superar el deseo de usar la palabra Metrovías y el rescate de la voz popular (Subte) era una asignatura pendiente. La primera etapa del trabajo comenzó en 1995 y se concentró en la identidad, señalización interior, y el rediseño de los mapas del sistema formado por cinco líneas (desde entonces se ha incorporado una sexta (Wolke, 2010).

Para el diseño del mapa, que se convertiría en una guía icónica del sistema, el equipo se inspiró en el mapa diseñado en 1933 por Henry C. Beck para el subterráneo de Londres. (Wolke, 2010). En esa época, la decisión de ignorar la topología real de las líneas de subte y realizar una abstracción más simple, accesible y geométrica fue una idea radical. El siguiente desafío fue la señalización interior de las estaciones: el estudio adhiere a dos principios fundamentales de la señalización: las señales deben ser fáciles de encontrar, y su ubicación debe ser predecible; y las señales deben ser atemporales y actuar como si siempre hubiesen estado allí (Wolke, 2010).

Como señala Augé (1987) el plano del subterráneo es indispensable para que pueda producirse una eficaz circulación subterránea y las enunciaciones que dicho plano autoriza

se expresan naturalmente en términos impersonales que subrayan a la vez la generalidad del esquema, el automatismo de su funcionamiento y el carácter repetitivo de su utilización. Es decir que cada usuario genera su propio recorrido por las diferentes estaciones pero, sin embargo, dándole un particular significado. Precisamente, el diseño aparece como un organizador social, sirviendo de guía al comportamiento social. No es solo parte importante de la comunicación visual sino que da cierto tipo de información y regula ciertos comportamientos (Tapia, 2005).

La experiencia de viajar en subte introdujo un tercer principio derivado de la observación del pasajero: las señales más importantes son las que dirigen al usuario hacia la salida, hacia la calle, ya que existe una ansiedad que rodea al viaje en subte, y una compulsión por salir del sistema lo antes posible. La señal de salida es importante para la gente en el subte ya que tendría que responder a la pregunta: ¿cómo escapar? (Wolke, 2010). No es absolutamente cierto que los viajeros del subterráneo no tengan nunca nada en común o que no tengan ocasiones de percibir que comparten con otros referencias históricas o algunos restos del pasado, solo que esta experiencia rara vez es colectiva, el subterráneo no es un lugar de sincronía, cada cual viaja al encuentro de su propia historia (Augé, 1987).

El equipo utilizó estos principios para crear un sistema de señales y una jerarquía de información que pudiera aplicarse a las distintas condiciones de las 86 estaciones que integran el sistema. Las señales identificadoras de las estaciones, que corren en bandas a lo largo de las vías, a fin de brindar la mejor visión posible desde el interior de los vagones. Todas las señales son paralelas a los vagones, para asegurar su máxima visibilidad, con excepción de las señales críticas que guían a la gente hacia la salida.

Así, en 2006, el proyecto avanzó con el reemplazo completo de todas las señales exteriores del Subte. Dado que la estación más antigua tiene casi 100 años, existiendo una gran variedad de tipologías en los accesos y la señalización de los mismos. Muchas

entradas presentaban herrajes con filigranas y letras ornamentadas. El equipo Shakespear optó por adaptar los elementos del lenguaje visual utilizados en el interior, rearmándolos en la gran escala necesaria para identificar las estaciones en las concurridas calles y anchos bulevares de Buenos Aires. El círculo que identifica a las distintas líneas en las señales interiores se tornó tridimensional y se iluminó para convertirse en un faro reconocible en medio del paisaje urbano como un arco iris. Las tapas cilíndricas se rotaron para transformarse en pilares que sostienen esta señal esférica.

Las señales de los accesos exteriores están compuestas por cajas de señales formadas por una extrusión de aluminio estandarizada y señales de acrílico doble faz iluminadas por dentro con elementos lumínicos de larga duración elegidos por su gran visibilidad y bajo mantenimiento. Cada entrada presenta un mapa vinílico de color, retroiluminado y montado en marcos de aluminio sobre columnas de hierro. Tanto para los elementos internos como externos, el fabricante, llevó a cabo un importante esfuerzo de fabricación e instalación, con un total de más de 3.500 señales. En cualquier lugar donde puede llevar años comprender un sistema de transporte, el Subte es reconocido como la forma más fácil de moverse por una ciudad y gran parte de esa facilidad de uso proviene de la estructura visual absolutamente clara del sistema de señalización (Wolke, 2010).

Además de la señalética, el diseño del subterráneo está compuesto también por el interiorismo, en este caso específico, cabría señalar las características de los andenes. En la línea B se pueden observar dos formas diferentes de ubicar los andenes. En algunas estaciones el andén se encuentra situado en el centro del espacio, con la entrada y salida de los coches o vagones a ambos lados del mismo, de tal manera que los usuarios que se dirigen a ambas direcciones (L.N. Alem y Los Incas) se encuentran en el mismo lugar. Un ejemplo de este tipo de estaciones y formación del andén sería L.N Alem, Tronador y Los Incas. El otro tipo de estaciones (que constituye la mayoría), consta de dos andenes uno para cada una de las direcciones, de tal manera son más pequeños y los usuarios no se mezclan entre sí, no existiendo la posibilidad de poder cambiarse de andén a la otra dirección de forma subterránea. Ejemplos de este tipo de andén son las estaciones de Callao, Pasteur, Medrano, etc.

En cuanto al mobiliario está provisto de dos o tres asientos por estación y algunos botes de basura, proporcionando así espacio para la circulación y el abordaje y descenso de los viajeros. En estos espacios también se pueden encontrar pequeñas tiendas o kioscos que suelen ocupar un espacio considerable del andén.

3.3 Comunicación visual y diseño

En el diseño del subterráneo de Buenos Aires se puede observar diferentes elementos visuales, como en la señalización y selección de colores y mensajes, como también otros elementos que forman parte más bien de las actividades de apropiación física y simbólica que realizan algunos usuarios.

La comunicación visual está conformada por imágenes, textos, sonidos, locuciones, que acotan y precisan su sentido, su significación. Las imágenes, no se asemejan al objeto,

sino a las condiciones de percepción del objeto. La construcción de mensajes visuales, conlleva siempre una intención comunicativa. Se producen objetos visuales para comunicar algo a alguien. En el subterráneo, se encuentran diferentes mensajes y señales, de localización, de advertencia, de direcciones, de funcionamiento y normativas, entre otras (Eco, 1970). Precisamente, el diseño remite a la comunicación colectiva y social de la vida urbana, es una actividad que potencia la complejidad comunicacional transformándose en una red (Tapia, 2005).

Asimismo, esta comunicación no sólo depende de las imágenes sino que está mediada por los sujetos. Son los ciudadanos y usuarios del subterráneo los que le dan significados a este diseño del subterráneo, más allá de la intención *a priori* de lo que la organización del subterráneo quiera dar. Al igual que se mencionaba en la imagen y diseño organizacional es importante destacar el papel que ejercen los usuarios y ciudadanos, que finalmente son los que reciben el mensaje, y no pueden ser considerados solo como receptores pasivos o un recipiente de información, más bien se tratan de sujetos dinámicos envueltos en un actuar socio-histórico. A este respecto, Tapia (2005) indica que la acción comunicativa en la que se inserta el diseño no se ejerce solo desde el diseño sino que forma parte de un conjunto discursivo más amplio y mediado socialmente, por lo que el discurso del diseño estará sujeto a la comprensión de la comunicación dentro de los escenarios donde se encuentre.

Augé (1987) señala que el espectáculo del subterráneo ofrece más que otros la ocasión y el medio de apreciar lo que puede ser, el conjunto de imágenes y de sugerencias a las que todos los usuarios deben reaccionar, aunque sea para rechazarlas o ignorarlas.

Debido a que es un espacio de mucho tránsito, el subterráneo presenta características especiales visuales muy importantes para el funcionamiento correcto del servicio. Con respecto a esta relación espacio y lo visual, Caivano (2005) indica que las

organizaciones visuales están incluidas en las organizaciones espaciales, abarcando con el concepto de espacial tanto las organizaciones volumétricas (tridimensionales) como las planas (bidimensionales) y las lineales (unidimensionales). Dichas características corresponden al diseño ambiental o hábitat de un lugar, que constituyen la experiencia sensorial en el subterráneo. En dicho espacio, específicamente en los andenes que es el espacio a investigar, se podrían describir ciertos elementos como el mobiliario (Ver anexo 8: Observación), la señalética, la iluminación, la musicalización, los murales (Ver Anexo 6), la publicidad, escaleras, entre otros. Todos estos elementos conforman el ambiente de los andenes del subterráneo y su diseño de interiores.

Estas condiciones y características del entorno son de vital importancia porque en ellas se fundamenta la experiencia en este servicio e influye de alguna manera la circulación, apreciación y conductas que realicen los usuarios del subterráneo. La conceptualización del ambiente de estos andenes está caracterizado por facilidad en la salida y entrada, espacialidad y poco mobiliario así como poca información y publicidad. Sin embargo, se observa que en los andenes se presentan actividades llevadas a cabo por los usuarios que de una u otra manera modifican este ambiente, ocupando espacio, cambiando la señalización, las publicidades, la comunicación, etc; de manera que se obtiene a la final un subterráneo diferente al pensado originalmente.

3.4 Actividades de apropiación del espacio

La ciudad se presenta a sus habitantes como un lugar que se va modificando ante sus ojos, generando un proceso de secularización de la antigua identidad, su historia y lo auténticamente propio, de esta manera se generan distintos espacios que a su vez tienden más bien a diferenciar su uso con el consecuente significado que esto implica. En capítulos

anteriores se señaló la relación existente entre los diversos actores sociales y grupos con el espacio urbano no se reduce únicamente a la consideración de este último como el marco físico o el escenario en el que se llevan a cabo sus prácticas, sino que se convierte en parte inseparable de éstos, donde el espacio que se construye es producto de los procesos de significación y resignificación de dichos espacios. Sin embargo, aunque resulta obvia la idea de que los individuos o los grupos están siempre ubicados y, por ende, relacionados con unos determinados espacios, resulta menos evidente revisar las aportaciones que hay de los ciudadanos a los espacios (Valera y Pol, 1994).

De manera crítica, se separan los espacios por un lado económico y por otro culturales, pero esta separación permite a su vez que cada quien los apropie a su manera, así la ciudad es el campo de apropiación de los distintos conjuntos y grupos sociales.

La identidad es un constructo que no es una instancia fija y bien definida, que se caracteriza por la movilidad y que no solo incluye un espacio que es ocupado sino la forma en que la identidad implica una forma de vida o una actividad económica, la identidad entonces no puede ser definida desde la perspectiva de quien detenta el poder, como tampoco desde la academia, por lo tanto, la idea de identidad tampoco debe ser entendida como “la identidad”, como algo único y exclusivo, sino que su sola multiplicidad basta para considerar buscar mecanismos y diálogos sobre la idea de apropiación de espacio urbano social y cultural. Esta es su cualidad y su signo, la movilidad, el entrecruzamiento cultural y la hibridez de las formas de expresión (Sobarzo, 2010).

Un ciudadano común puede concebir una noción de identidad del mismo modo que lo haría un diseñador, pero en esta diferencia hay muchas posibilidades, resulta interesante saber cómo estas realidades pueden entrar en un diálogo que permita construir la noción de identidad basada en la diferencia. Desde esta perspectiva, la ciudad es entonces un escenario de lo comunicativo, donde los diversos agentes construyen colectivamente el

significado en torno a la ciudad, definiendo los usos y acciones, en este caso, a través de las actividades de apropiación del espacio.

Esto ocurre con casi cualquier espacio urbano, puede ser lugar para uno, no—lugar para otros y un lugar a medias para mucha gente. Entonces, la oposición de la ciudad como lo local frente a lo global es muy relativa. ¿Qué parte de la ciudad? ¿Cómo la usan? ¿Cómo las personas se apropian del espacio urbano? (Lindón, 2007). De muchas maneras, siempre desiguales, asimétricas, parciales. En síntesis, no hay localizaciones absolutas. Se podría agregar que ciertos procesos importantes en ciudades y están cambiando constantemente, o pueden modificarse en un mismo día (Lindón, 2007). Los vendedores ambulantes son uno de los ejemplos que lo dicen más elocuentemente: se localizan, tienen un lugar al que suelen ir todos los días, un lugar en el que conocen más o menos con quién interactuar, quiénes les van a comprar, qué mercancía es interesante allí.

Estas actividades se presentan, más allá de las características propias del subterráneo, como acciones de diferentes tipos que influyen dentro del diseño de este hábitat. Estas actividades son el acto de pintar algunos caracteres desafiantes como el *grafiti*, propagandas, pegatinas (Ver Anexo 7), inscripciones, los dibujos y es este juego de imágenes lo que define ese universo que todos frecuentan y comparten. Estos se pueden encontrar en diferentes superficies, señales, dentro de los coches del tren, en la salida, etc; y estos elementos constituyen parte de la comunicación visual espontánea, que tiene una consistencia gráfica y que se puede inferir que intentan comunicar algo, un mensaje, protesta, información o publicidad a los usuarios del subterráneo. Estos procesos de apropiación simbólica implican la conversión de espacios predilectos de los intercambios simbólicos en lugares de construcción del sentido de pertenencia y diferencias (Bellon y Cornejo, 2001).

La palabra *graffiti*, en primer lugar, se remite a la voz italiana *graffito*, que deviene de la palabra en griego *graphis*, que alude al carbono natural. Sin embargo, el término se hace extensivo a *grafia*, que es la palabra que señala la acción de escribir, básicamente sobre cualquier cosa, ya que sus actores le han otorgado a esta práctica casi cualquier función comunicativa, desde la expresión de sentimientos individuales, la demostración de un arte o como vía de protesta antisistema o prosistema, la cual tiene, según Abreu (2003), fuerte contenido político. Sobre esto último, se puede afirmar que el *graffiti*, a lo largo de su historia, ha sido un medio de denuncia por excelencia. En este sentido, el *graffiti* es una forma de recobrar la palabra y de cuestionar los discursos del poder y las instituciones a través de mensajes que dicen lo que no debiera ser, lo que debería reprimirse, “ensuciando” para muchos las paredes que debieran mantenerse limpias (Mazzilli, 1996).

El *graffiti* también ha sido una forma alternativa de escribir la historia de la ciudad y una forma de demarcar la íntima relación del ser humano con el espacio urbano. Así, la ciudad es un vasto escenario donde los *graffiti* irrumpen generando un cambio imprevisto del decorado, modificando la escenografía y desestructurando con ello la cotidianidad de aquéllos que transitan por dichos espacios (Mazzilli, 1996). Para Valenzuela (1997) el *graffiti* representa nuevas formas de disputas simbólicas por la definición de los espacios públicos, mediante la trasgresión simbólica a la propiedad y a la normatividad social, ya que su simple presencia alude a una protesta pudiendo tener o no tintes políticos.

Augé (1987) señala que en una investigación del subterráneo se debería hacer un inventario de todos los letreros y anuncios que por diversos medios procuran atraer y retener la atención del transeúnte en los andenes y en los corredores. Esto se presenta tanto en los anuncios publicitarios, que se podría decir permitido y que ocupa un espacio que comercializado como lugar de publicidad, tanto como el anuncio que espontáneamente es colocado por usuarios (anuncios de ventas, información, ofrecer servicio, etc). Señala que

también, además de observar la presencia o ausencia de dicho tipo de anuncios, habría que analizar el contenido y ante todo observar cuáles son los temas y las formas preferidas en el subterráneo en comparación con otros medios publicitarios. Cabe presumir que la diferencia esencial está en la característica fija de las imágenes del subterráneo, a diferencia del carácter fugaz de las imágenes en los medios audiovisuales, lo que es relativo, ya que se podría decir que en el subterráneo, a la inversa de la televisión por ejemplo, es el espectador el que pasa y la imagen la que permanece; hay que agregar que el espectador viajero además pasa una y otra vez.

Silva (2006) realiza una comparación entre el *graffiti* y la publicidad, las cuales son diametrales: mientras que el *graffiti* busca un efecto social de fuerte carga ideológica y transgresora, la publicidad busca el consumo de lo anunciado y así su intención comunicativa es funcional a un sistema social, político o económico. Pero no es tan importante conocer si existe un abismo de diferencias entre las imágenes y sus efectos del *graffiti* y la publicidad, cuando no se sabe el punto de vista del ciudadano el cual el autor emplea en dos sentidos: primero, como estrategia de enunciación en cuanto que en la construcción de la imagen ya está previsto un ciudadano destinatario, con características de especial competencia comunicativa, tanto verbal como visual. Y segundo, él habla de punto de vista en relación con un patrimonio cultural implícito, que siempre actuará como especial sugerencia identificadora en esta relación dialógica de participación ciudadana.

Augé (1987) señala diferentes actividades que se pueden observar en un subterráneo común. Si se las observa de cerca, se puede advertir que las actividades del que viaja en subterráneo son numerosas y variadas. La lectura ocupa un gran lugar, se leen libros, documentos, algunos más jóvenes están absortos en la audición. También están aquellos que no hacen nada, que solo esperan.

La prestación de servicios artísticos se distingue de otras como aquella que va dirigida a los transeúntes, fuera de los vagones del subterráneo, y de esta manera no impone una relación dual, no subraya la necesaria relación entre dar y recibir, y que de alguna manera podría presuponer varias razones de llevar a cabo dicha actividad, como selección de lugar por el tamaño de la audiencia, espacio de práctica y por supuesto la remuneración (Augé, 1987).

Otros aspectos propios del subterráneo de Buenos Aires son la venta o comercio que se realiza dentro de las instalaciones del mismo que se podrían considerar que no son permitidas y que más allá de tener una ubicación precisa, se movilizan junto a los coches del subterráneo y junto a los pasajeros. Muchos de ellos simplemente apropian en espacio con sus mercancías o se colocan en lugares específicos para ofrecer sus productos (Ver Anexo 3)

De esta manera se encuentran diferentes elementos de la comunicación popular o emergente que requieren ser analizados. Algunos correspondientes a la parte gráfica y otros más a la parte del diseño de ambiente y circulación. Como señala Augé (1987) habría que esbozar un esquema que indicara el nivel y el emplazamiento de cada andén, que señalara la articulación de los corredores, que distinguiera las entradas, las ventanillas donde se venden los boletos y las tarjetas de abono, los diferentes puntos de acceso a los trenes, la longitud de los corredores y de las escaleras, un estudio de la morfología básica. Es un estudio de las costumbres de ciertos viajeros, los habituales, y otros como los improvisados, los extranjeros, la gente de edad, etc; ya sea en el sentido del terreno y del emplazamiento propicio para ciertas prestaciones de servicios artísticos, y más allá de esto la sociología particular de cada línea. Esto significa abordar un aspecto más cualitativo del trabajo etnológico, que presupone que ya se hizo todos los balances útiles como frecuencia de los trenes, estimación de tráfico a diferentes horas del día y en día de las semanas, cantidad de

personas en las estaciones, etc., tomar en consideración las tiendas, los músicos, entre otros aspectos característicos del subterráneo.

De tal forma, se investiga qué procesos culturales se están dando en el subterráneo de Buenos Aires y qué actividades de apropiación de los espacios se pueden encontrar. Desde el punto de vista del diseño del subterráneo (considerándolo como un fenómeno enmarcado dentro de un contexto social y cultural) cómo es el ambiente físico, su identidad e imagen corporativa; así conocer como los ciudadanos actúan en este diseño, como modifican los espacios transformándose en lugares importantes para esos los mismos. Además, cómo los espacios devienen lugares supone profundizar en las relaciones y los vínculos que se establecen entre las personas y los espacios. Estos procesos se pueden explicar aludiendo a diversos conceptos (apropiación del espacio, apego al lugar, espacio simbólico urbano, identidad social urbana e identidad de lugar, etc.) y que constituyen en dilucidar parte del entramado social de una ciudad.

Capítulo IV: Metodología Cualitativa

En este apartado se describirá el enfoque metodológico, las técnicas de recolección y análisis de datos, así como el procedimiento que se siguió para la realización de esta investigación. Se realizó un enfoque de procesos sociales y su relación con el diseño, presuponiendo, en primer lugar, la consideración de que el estudio de las de estos fenómenos se inserta de una manera en una sociedad en particular y en un momento histórico determinado. Así, la posibilidad y la pretensión de generalización es nula, haciéndose más bien énfasis en desarrollar un cuerpo de conocimiento único del fenómeno estudiado.

En segundo lugar, la posibilidad de vínculos causales no se admite en este tipo de investigación puesto que no es posible supeditar el fenómeno a causas y efectos. De esta forma, la pretensión no es dilucidar las causas que permiten la interacción de el diseño y ciertos procesos sociales sino conocer la perspectiva de una comunidad en particular, la de los usuarios del subterráneo de Buenos Aires, así como en dicho proceso caracterizar el diseño establecido, las comunicaciones que emergen ante este diseño así como describir ciertas características de estos espacios. Sin embargo, se parte del hecho de que estas aproximaciones no se establecen como condiciones suficientes para explicar dicho fenómeno.

Por último, el enfoque metodológico supone la relación del investigador con su ámbito objetual, en el cual la interacción entre el investigador y lo investigado es ineludible. Por ende, la investigación está influida por los valores del investigador, que comienzan por la selección de teoría y metodología dentro del contexto de investigación.

Para fines de esta investigación se utilizará una metodología cualitativa debido a que se parte del supuesto básico de estudiar los fenómenos sociales explorándose las percepciones y consideraciones que atribuyen por los propios actores implicados a las situaciones determinadas, a través del lenguaje, de otras construcciones simbólicas y de la inmersión en dichos contextos en los que ocurre (Olabuenaga e Ispizua, 1989). Esta perspectiva metodológica denominada cualitativa tiene por objeto el estudio de los niveles de la realidad social que hacen referencia a los discursos: universos simbólicos, relaciones de sentido en las vivencias de las personas, imágenes sociales de sujetos y grupos.

4.1 La entrevista a ciudadanos

Se realizaron entrevistas a 34 ciudadanos, donde se buscó conocer sus opiniones, apreciaciones y consideraciones entorno al diseño del subterráneo y la comunicación espontánea que se suscita en este medio de transporte. Se buscó conocer el punto de vista del ciudadano, que como señala Silva (2006) son una serie de estrategias discursivas por medio de las cuales los ciudadanos narran las historias de su ciudad, aun cuando tales relatos pueden, igualmente, ser representados en imágenes visuales.

Si se habla del diseño del subterráneo consta de muchos aspectos como la señalización, los colores de las líneas, la disposición del espacio, etc. Debido a que cada línea del subterráneo es diferente, tiene una época de construcción y una distribución diferente, incluso entre una estación y otra. En esta investigación se seleccionó la Línea B del subterráneo, debido al recorrido que realiza atravesando buena parte de la ciudad y diferentes zonas como son el centro, zonas residenciales, comerciales, estaciones que comunican a trenes y otras líneas del subterráneo. Esta selección se debe también debido a la diversidad de actividades que forman parte de la apropiación física o simbólica de los

espacios que se pretenden estudiar aquí, variedad que permite un panorama más completo del fenómeno y que se ha observado más en esta línea que en las otras.

Las entrevistas se realizaron en las estaciones Carlos Gardel, Florida, L.N Alem, y Malabia principalmente, las cuales fueron seleccionadas luego de haber realizado distintos recorridos por las estaciones y considerar que es en estas estaciones donde se observaron mayores actividades de apropiación del espacio. Por motivos prácticos, dichas entrevistas no fueron grabadas debido al ruido, movimiento y rapidez que caracteriza a este lugar, de modo que las respuestas fueron transcritas por el propio entrevistador a medida que se producía la entrevista, en forma de notas y tomando en cuenta los conceptos más importantes. Los horarios estuvieron comprendidos entre las dos a diez de la tarde, de lunes a viernes.

La entrevista (Ver Anexo 11) contiene 22 preguntas que están distribuidas en cuatro ejes referentes a los objetivos de la investigación y a las actividades de apropiación del espacio observadas en los andenes de la línea B. El otro eje consiste en la caracterización y uso del subterráneo, así como un apartado de información referente al entrevistado que consiste en datos socio-demográficos. De tal forma se divide en 4 variables a investigar que se desarrollan de la siguiente manera:

- *Diseño del subterráneo:* este eje contiene preguntas relacionadas con las estaciones más usadas por el entrevistado en el subterráneo, qué ha observado en ellas y comparaciones en cuanto a que tiene y que no tiene la línea B en relación al resto de las líneas que conforman el subterráneo de Buenos Aires, en cuanto a diseño gráfico y espacial del mismo. De esta manera se hace un primer acercamiento a la temática del subterráneo, de una forma exploratoria y abierta, para saber cuáles son las opiniones y descripciones que los ciudadanos dan a este lugar. También se pretende

con estas preguntas preparar a los entrevistados a los siguientes ejes que requieren de una mayor observación y detenimiento.

Los siguientes elementos hacen referencia específicamente a las actividades de apropiación del espacio en el subterráneo y su influencia en el diseño del subterráneo.

Las actividades fueron divididas en tres grupos:

- *Actividades de tipo gráfico:* este eje hace énfasis en dos actividades gráficas como son la presencia, colocación o fijación de carteles, propagandas, tarjetas etc y los graffiti. Se buscó conocer si estos son observados por los ciudadanos, cómo son caracterizados y si modifican el diseño del subterráneo de alguna manera, específicamente el diseño gráfico y señalética del mismo.
- *Actividades de tipo culturales:* estas actividades aluden a una gran gama de actividades como músicos, representaciones, teatro, magos, mimos, etc. En este eje se quiso conocer si estas actividades son reconocidas por los usuarios, si han formado parte de su tránsito por el subterráneo y si consideran que están relacionadas con este lugar y su diseño, específicamente al diseño del ambiente del lugar.
- *Actividades comerciales:* estas actividades se refieren casi exclusivamente a los vendedores ambulantes. En este eje se hace un mayor énfasis en la relación de estas actividades con el diseño de interiores del subterráneo y como la circulación en los andenes se ve afectada por la presencia de estas actividades.

Por último se presenta una última pregunta abierta que da espacio a sugerencias y comentarios finales relacionados con el tema.

Así con la entrevista se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Conocer cuál es la percepción de los ciudadanos en relación a las actividades de apropiación del espacio del subterráneo de Buenos Aires y su relación e influencia con el diseño del mismo.

Objetivos específicos:

- Identificar el imaginario urbano que tienen los ciudadanos de Buenos Aires en relación al subterráneo.
- Obtener información acerca de cuáles son las actividades de apropiación del espacio percibidas por los ciudadanos y sus consecuencias.

Para la realización de esta técnica se llevaron a cabo las siguientes etapas:

- Creación de las preguntas y agrupamiento de estas en los diferentes ejes. Duración 6 semanas.
- Realización de una entrevista piloto
- Corrección y arreglo de las preguntas de la entrevista
- Selección de las estaciones donde se llevaría a cabo las entrevistas.
- Realización de las entrevistas a los ciudadanos en las estaciones. Duración 2 meses.

Esta técnica provee la flexibilidad necesaria para descubrir relaciones y conceptos.

Además, ofrece la posibilidad de tener una comprensión profunda sobre temas como las opiniones, necesidades, expectativas etc. En este sentido y debido a los objetivos del presente trabajo, la entrevista resulta apropiada pues por medio de esta se puede conocer como es percibido este fenómeno social, como es la interacción del diseño con las actividades de apropiación del espacio.

4.2 La entrevista a profundidad a otras personas del subterráneo

En aras de obtener una mayor información sobre el fenómeno se realizaron cuatro entrevistas a profundidad y semi-estructuradas (Ver anexo: Entrevistas a profundidad). Con estas entrevistas se pretenden dar una mirada más amplia sobre el tema de los imaginarios urbanos en el subterráneo a personas de diferentes ámbitos del subterráneo, personajes claves dentro de todo lo que engloba el subterráneo y sus proyectos, de tal manera que pudieran dar una mirada y opiniones diversas sobre el imaginario urbano de estos espacios.

Así con estas entrevistas se plantea los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Conocer cuál es la percepción de personas específicas relacionadas con el tema del subterráneo, respecto a las actividades de apropiación del espacio del subterráneo de Buenos Aires y su relación e influencia con el diseño del mismo.

Objetivos específicos:

- Conocer, desde las actividades que desarrolla cada uno, cuál es el imaginario urbano de estas personas en relación al subterráneo y cómo consideran ellos que es el imaginario del ciudadano común en torno a estos espacios.
- Obtener información acerca de cuáles son las actividades de apropiación del espacio percibidas y sus consecuencias.

Para la realización de esta técnica se llevaron a cabo las siguientes etapas:

- Creación de las preguntas que servirán de guía para la entrevista. Una semana.
- Contacto con las personas a las que se le realizará la entrevista. Dos semanas
- Realización de las entrevistas. Duración tres semanas

4.3. Recolectando más datos: la observación

Otra de las técnicas de recolección de datos para lograr una aproximación al fenómeno fue la observación. Esta técnica aporta datos que atañen directamente a las situaciones y acciones típicas del fenómeno y que por diversas razones pueden no ser expresadas directamente por los informantes o que no necesariamente sea desarrollado en la bibliografía. Se realizó una observación del tipo sistematizada (Anguera, 1978), para el objetivo de identificar las características de las diversas estaciones de la línea B, cómo son sus espacios, en qué diferían, qué tipo de comercios actividad comercial y artística se podía encontrar en una hora determinada del día. Este tipo de observación tiene como ventaja que es más estructurada y permite que la atención quede centrada en ciertos aspectos específicos sobre aquello que se desea conocer. En otras palabras, proporciona un estrechamiento del campo de la observación.

Por otra parte, y debido a que el espacio público tiene una gran relevancia dentro de los objetivos de esta investigación, se consideró que es de vital importancia presentar y señalar de alguna manera las características de las actividades relacionadas con el diseño del subterráneo e, igualmente, de las comunicaciones en el espacio urbano. De tal manera se buscó plasmar la presencia de comercios, expresiones artísticas, apropiaciones del espacio, etc, para dar cuenta de su presencia que en algunos casos se podría considerar efímera o de corta duración. Como complemento de esta técnica de la observación, se presenta en esta investigación de forma complementaria el registro fotográfico y tiene como

objetivo permitir el acopio de información visual acerca de la existencia de las diferentes manifestaciones de estas actividades de apropiación del espacio, y así mismo de las características del diseño del subterráneo. Como sucede en la observación, los objetivos fotográficos también están mediados por los intereses, atención y objetivos del investigador, ya que se buscó específicamente representar las actividades de apropiación del espacio, así como los elementos inherentes al diseño, que constituyen los objetivos de esta investigación. Dichas fotografías se realizaron en los andenes de todas las estaciones de la línea B.

La observación fue fundamental debido a que la información referente a las actividades de apropiación del espacio en el subterráneo es escasa. De tal manera esta observación está dirigida a puntos específicos, relevantes para esta investigación y que cuentan con una focalización y atención específica por parte del observador. Las variables a considerar fueron:

- Diseño del subterráneo: La observación se efectuó respondiendo a necesidades de información respecto al fenómeno, por lo que estuvo dirigida a aspectos específicos dentro de los andenes como: descripción del diseño interior y de la señalética
- Actividades de apropiación del espacio: de modo que se hizo énfasis en la descripción de *graffiti*, actividades culturales como músicos, representaciones teatrales, performances, etc. Así como también los vendedores y comercios presentes en los andenes.

Los objetivos de esta técnica fueron los siguientes:

Objetivo general:

- Identificar las actividades de apropiación del espacio presentes en el subterráneo de Buenos Aires.

Objetivos específicos

- Establecer las características principales del diseño gráfico y señalética del subterráneo.
- Establecer las características principales del diseño ambiental del subterráneo.

Para la realización de esta técnica se llevaron a cabo las siguientes etapas:

- Se realizó un recorrido por toda la línea B para tener una idea general de los espacios y las estaciones más características. Se llevo a cabo también en esta etapa I registro fotográfico. Duración 2 días
- Selección de elementos en los cuales se focalizaría la observación.
- Selección de las estaciones en dónde se llevaría a cabo la observación
- Observación y registro. Duración 1 semana

4.3. Muestra

Se seleccionó como participantes a ciudadanos de la ciudad de Buenos Aires, de ambos sexos. Las entrevistas se realizaron los horarios posteriores al mediodía, desde las 13 horas hasta las 21 horas, considerándose que en este horario se abarcaría tanto las horas de mayor volumen de personas como horas en donde hay una disminución del flujo de pasajeros.

Entre los requisitos para ser seleccionados se tuvo como condición que sean usuarios del subterráneo de Buenos Aires y que en su ruta sea utilizada la línea B del mismo. Así mismo, se tomó como participantes de esta investigación, tanto a ciudadanos argentinos como extranjeros, encontrándose de otras nacionalidades como colombianos, uruguayos, venezolanos y ecuatorianos. En cuanto a las edades la muestra encontrada va

en un rango desde los 16 hasta los 64 años. En relación a la escolaridad, la mayoría tiene una formación universitaria o con posgrado. Entre las zonas donde son provenientes los entrevistados figuran Villa Crespo, Palermo, San Isidro, San Nicolás, Congreso, Recoleta, Almagro, Flores, Villa Urquiza, Morón, Cañitas, Barrio Norte, Once, Constitución entre otros. Se usó una muestra no probabilística e intencional debido a que este procedimiento permite seleccionar los casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos, esto debido a que dicho procedimiento se utiliza en situaciones en las que la población es muy variable y consecuentemente la muestra es muy pequeña, y que se buscaba ciertas características específicas.

En cuanto a la muestra de las entrevistas a profundidad las personas buscadas para esta investigación fueron: Virginia Bouvet trabajadora del subterráneo del área de boletería y que pertenece actualmente al sindicato del mismo, Gustavo Firmenich persona encargada de uno de los festivales de música (Festival de jazz) y participante del mismo y a tres fotógrafas que resultaron ganadoras de concursos realizados por el programa Subte Vive en el área de fotografía. La selección de estos entrevistados viene dado por la búsqueda de otras voces que permitan a la investigación tener una visión amplia e integradora del fenómeno del subterráneo. Debido a que parte del servicio del subterráneo está ligado a su personal y atención al público resulta pertinente conocer las opiniones y apreciaciones de Virginia Bouvet, además que ella desarrolló su labor y parte de su vida en este sistema. Adicionalmente, el hecho de que esta persona forme parte del sindicato del subterráneo le da un valor agregado debido a los cambios que ha experimentado el subterráneo debido a la privatización y sus consecuencias para el personal y el servicio.

La decisión en torno a la búsqueda de participantes de concursos realizados por el programa SubteVive del subterráneo se debe a que principalmente estas personas mediante dichos eventos tienen un imaginario y una relación diferente con el subterráneo y lo que ahí

sucede. Desde la mirada de la fotografía dichas personas, además de ser usuarias del subterráneo, construyen otra mirada y tienen un imaginario diferente al del ciudadano que ya ha sido entrevistado.

Por último, el organizador del festival de jazz del subterráneo, que se realiza en los andenes y espacios del mismo, también se parte del hecho, al igual que las concursantes fotógrafas, de que posee un imaginario diferente, al estar y desarrollar su actividad dentro del subterráneo, pero sin ser empleado del mismo, ni un artista informal, usuario, pasajero, etc. Adicionalmente, el Festival de Jazz del Subte propone una dinámica diferente al ser una iniciativa generada desde el ciudadano, ya que es un proyecto propuesto por Gustavo Firmenich al programa SubteVive. Estos diferentes puntos de vista nutren de información diversa a esta investigación, que no se queda solo con la información de los usuarios del subterráneo sino que va más allá, en busca de cómo son los imaginarios de las personas presentes en este servicio, sus trabajos, o cualquiera de las razones que permitan que estén en dichos espacios.

4.4 Técnicas de procesamiento y análisis de la información

Luego realizar las entrevistas, se procedió a seleccionar detalladamente cuáles eran las respuestas dadas a cada pregunta y ejes de la misma. Para el análisis de resultados de la entrevista se utilizó una de las técnicas del análisis cualitativo: el análisis de contenido. Krippendorff (1991) desde un punto de vista instrumental, expone que el análisis de contenido es una técnica que está destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.

La razón del uso de esta técnica, se debe a que la información es muy diversa y al realizar un análisis de contenido, se busca una forma de condensar la información y

visualizar así cuales aspectos fueron más resaltantes. De modo que no se pretendió analizar cuantitativamente la información obtenida por las entrevistas, como es usual en las investigaciones sobre imaginarios urbano (Por ejemplo, Silva 2006) sino de alguna manera dar cuenta del universo de respuestas arrojados y con base en la visualización de la información, proceder al análisis del material obtenido. Se consideró que mas allá de conocer cuántas personas pensaban o imaginaban el subte de alguna manera en específica, resultaba enriquecedor conocer las distintas voces, dar espacio para que el ciudadano hablara y comunicara sus opiniones e ideas y en base a ello generar un análisis cualitativo de los diferentes ejes.

Como señala Canclini (2006) todas las construcciones histórico-sociales, por un lado son investigables con instrumentos cuantitativos que alcanzan un cierto grado de rigor, pero que por otro, requieren también un análisis no sólo explicativo sino interpretativo, con recursos propios de los estudios culturales. En general se decide según criterios cuantitativos y de una pretendida objetividad, sin tomar en cuenta la experiencia vivida de los que viajan, de los que trabajan, de los que habitan la ciudad.

La noción de imaginarios remite más a aspectos donde lo real, lo objetivo, lo observable es menos significativo. Reconoce más fuertemente el carácter imaginado. Se está frente a un proceso de fundamentación y reconstrucción incesante del objeto. Igualmente, no solo se contempla una simple categorización de los resultados sino que pretende reunir las respuestas semejantes a las preguntas, no reduciéndolas a pequeños términos, sino tomando la expresión completa a razón de no perder información en el proceso. De esta técnica se recurrió a su estructura organizativa para el agrupamiento de los datos en cuanto a características semejantes.

En base a esta organización se realizó un posterior análisis contemplando algunas características planteadas por el análisis hermenéutico. En esta técnica de análisis

cualitativo, se asume que el sentido no pertenece en términos puros, sino que más bien existe en un escenario de co-pertenencia (Cárcamo, 2005). Puntualmente el análisis hermenéutico se enmarca en el paradigma interpretativo comprensivo; lo que supone un rescate de los elementos del sujeto por sobre aquellos hechos externos a él. En este sentido, debe destacarse que dicho análisis toma como eje fundamental el proceso de interpretación. Así, dicha re-interpretación no es pura referencia al texto, sino que a la interpretación de la interpretación que hace el autor respecto a un fenómeno determinado (Cárcamo, 2005). Es así que el investigador es también parte del contexto de investigación ya que es ciudadano y usuario de este medio de transporte, además de tener sus propias perspectivas en torno a este espacio.

Este autor expone los principales pasos de esta técnica como lograr un conocimiento acabado del contexto en el cual es producido el discurso sometido a análisis, que implica el conocimiento del espacio de subterráneo y su historia; considerar la frase o la oración como unidad de análisis en el corpus, en vez de solo tomar pequeñas unidades como una palabra en el análisis de contenido; trabajar analíticamente apoyándose en la malla temática y sus codificaciones respectivas, establecer un primer nivel de síntesis en el análisis de contenido, a modo de organizar en base a los ejes planteados y finalmente trabajar analíticamente por temas, desde la perspectiva del entrevistado. De esta manera se desarrollo el análisis de los resultados, aprovechando los recursos disponibles y tomando en cuenta las técnicas de registro utilizadas, así como también la importancia del contexto de producción.

En conclusión, este abordaje metodológico se valió del contraste entre conjuntos de técnicas de investigación: las entrevistas y la observación, y de un análisis de contenido cualitativo de estos resultados. Esto se hizo con la finalidad de comparar y completar los resultados sobre los que versa el objeto de estudio, a fin de afinar el diseño metodológico. Esta medida adquiere relevancia puesto que la naturaleza del fenómeno a estudiar es la de

procesos complejos en los que una sola técnica sería insuficiente para dar cuenta de los fenómenos en los espacios del subterráneo. Sin embargo, no se asume que todos los recursos empleados en la aproximación metodológica proporcionen la explicación total del fenómeno, ni se llegue a una respuesta conclusiva, más bien proporciona un acercamiento a este tema desde un punto de vista social. Así, se buscó presentar una perspectiva integrada del fundamento metodológico, ya que se hace uso de los recursos disponibles para intentar construir la realidad social del ámbito objetual (Mariño, 2006).

Igualmente, se toma el enfoque cualitativo debido a que se considera que la realidad investigada es compleja, cambiante y dinámica. Además se hace uso del análisis de contenido lo que permite seleccionar, agrupar y segmentar las respuestas en base a características similares, lo que permite tener una mayor visión del universo de resultados obtenidos. Es de esta forma, que el asumir perspectivas metodológicas complementarias enriquece el trabajo de investigación, dando lugar a la ampliación del ámbito cognoscible, pues las pretensiones epistemológicas alineadas con el fundamento metodológico se apoyan en la construcción del conocimiento desde el buen uso de los recursos disponibles.

4.5 Interpretación y análisis de los resultados

A continuación se procederá a analizar los aspectos más relevantes de las respuestas obtenidas en las entrevistas y en las observaciones realizadas. Se interpretará los contenidos en base a las variables y ejes mencionados anteriormente. Antes de abordar los aspectos relacionados con las actividades de apropiación del espacio, se empezará con el contexto en que se llevó a cabo la investigación que es la línea B del subterráneo, especificando en los andenes, para poder tener una idea general de cómo éste es percibido por los ciudadanos, como es el imaginario de este lugar. En si las primeras preguntas que buscaban obtener una idea general del uso del subterráneo y lo que es tomado en cuenta

por los usuarios y entrevistados, a grandes rasgos, se hacen menciones de diferentes estaciones, especialmente las orientadas hacia el microcentro y con las áreas de abasto y Villa Crespo, sin que esto signifique que muchas otras hayan sido mencionadas. Cada estación tiene sus particularidades y fueron señaladas por los entrevistados por diferentes razones.

Seguidamente se presentan los resultados y análisis posteriores, obtenidos de las entrevistas. Para lograr una mayor comprensión y capturar el núcleo de los objetivos que se han trazado en esta investigación, se procedió a organizar las ideas en base a grupos temáticos y no por respuestas a cada una de las preguntas de las entrevistas. Asimismo, se harán comparaciones y contrastaciones por igual, tanto de los ciudadanos entrevistados, como los participantes en concursos del subterráneo, trabajadores, etc, es decir el grupo de personas a los que se le realizó la entrevista a profundidad y que están relacionados con este espacio en un punto más allá del uso del servicio.

a) El subte y la línea roja

En base a que la mayoría de las personas entrevistadas afirmaron hacer uso del subterráneo de forma regular en su cotidianidad, es posible inferir que están al tanto de las cosas que en este espacio suceden. Como señala una de las entrevistas de un concurso de SubteVive, considera que dentro del imaginario de los ciudadanos sobre el subte, CB¹: “Me da la impresión que todos creemos que es un medio de transporte que te lleva rápido a los lugares y más ahora que esta tan difícil el tráfico de autos y colectivos” ó como indica otra concursante: TP: “El subte en sí creo que la gente lo ve como medio de transporte y el objetivo es llegar rápido de manera eficiente, sin embargo cuando están esperando, es cuando se detienen a ver lo que hay a su alrededor”. Otra también indica: LG:

“Y me parece que es un lugar interesantes..Los hábitos del público: leer, dormir, hablar por celular... Lo que puedes encontrar, los vendedores ambulantes: qué venden, qué hay, quién les compra... Los músicos, los artistas... El estado que ves...de las estaciones “

Así, las respuestas en cuanto a la caracterización del subterráneo se puede dividir en dos puntos importantes, aspecto que se puede observar tanto en las respuestas relacionadas con las diferencias y similitudes que tiene las líneas entre sí, como en las características de los andenes. El primero aspecto es el relacionado a la idea general de la línea B y como puede ser descrita. Se encuentra que en las respuestas de los entrevistados se hace alusión a elementos que no tiene que ver propiamente con el espacio interno en sí del subterráneo sino que se refiere a aspectos más bien relacionados con el concepto de la línea, sus rutas, conexiones, etc. En los entrevistados se señalan respuestas² como:

E7: “(En la línea B) Hay más posibilidades de cambiar de dirección de ser necesario, en la línea B es necesario llegar a Carlos Pellegrini para poder cambiar de dirección (...)”

E9: “(La línea B) Es más larga y tiene más estaciones que están cerca de mis destinos diarios”

E15: “Lleva a lugares muy importantes, así que tiene buena ubicación. También tiene una historia en cuanto a las estaciones, nombres y murales que resulta importante y atractivo”.

E16: Tienen muchas conexiones, y murales relindos con mucha historia, creo que es como mas bohemio.

E21: “Esta línea es rápida a pesar de todo... de la cantidad de personas que la utilizan”

E28: “Creo que esta línea tiene muchos elementos históricos como referidos al tango, paisajes en los murales, es lo que más me llama la atención”

Se observa que las referencias son en torno a la idea global que representa esta línea como perteneciente a un circuito, donde las estaciones tienen particularidades tanto en la parte subterránea, los andenes, boleterías, etc, como también es parte fundamental el área en donde se ubican y que zonas conectan. Como señala una de las participantes del concurso de fotografía entrevistadas, CB: “Y me parece que por ahí cruza bastante lo que es la movida cultural de teatros... y me acerca al microcentro de forma muy rápida”. De modo que todos estos son aspectos que conforman, visto de forma integrada, lo que es el imaginario que tienen los ciudadanos acerca de esta línea del subterráneo. Dicho imaginario debe tomarse como una idea global, ya que mas allá de precisar el diseño del subterráneo, hay que considerar el hecho de que es difícilmente separable de otros elementos como la ubicación, estado del mismo, funcionamiento, aspectos que resultan importantes para el ciudadano al momento de hablar de este espacio.

Resulta importante el hecho de compararse con las otras líneas, ya que como se ha mencionado anteriormente, las líneas resultan diferentes entre sí y en general parte de la propia definición de la línea B, viene dada por las similitudes o diferencias con las otras líneas. En relación a las rutas de la línea B, también algunos entrevistados destacan los lugares a los que llega y su importancia, siendo esto también parte de lo que ocurre fuera del espacio del subterráneo pero que innegablemente influye en el espacio mismo. Se destacan además otros elementos como la cantidad de personas que hay en esta línea y si el servicio es rápido, lento, está en paro, etc. Es importante también la frecuente mención de los murales y la importancia que tienen para el reconocer la línea B. Esto concuerda con lo encontrado en el ejercicio de observación llevado a cabo previamente en la investigación,

donde se destaca la presencia de murales y lo característico que resulta para ciertas estaciones como Carlos Gardel (Ver Observación número 1)

En otro punto de las entrevistas se indaga sobre las otras líneas del subterráneo y se comparan con la línea B. Las respuestas también hacen referencia a la época de construcción, conexiones y estaciones que llevan a lugares de importante concurrencia

E5: “(La línea B) Pasa por zonas muy útiles, como shoppings y el microcentro”

E8: “Hay líneas más nuevas, otras son más pequeñas y están en zonas particulares de la ciudad”

E10: “(Las otras líneas) Tiene estaciones más importantes...porque llegan a los shoppings, trenes, barrios”

E13: “Las otras líneas son más cómodas...sobretudo las nuevas”

E19: “Las otras líneas son más simples, pocos murales. También son más limpias”

E29: “Creo que las otras líneas son de una arquitectura diferente”

De modo que estas respuestas hacen referencia a los alcances del subterráneo como sistema, a dónde llega, qué tiene por ofrecer esta línea a diferencia de las otras. Así lo señala Virginia Bouvet, ex empleada del servicio y delegada del sindicato actual del Subte

“ (Lo que diferencia a la línea) para nosotros son dos cosas, la primera que esta es de color que es roja, cada línea tiene su color, y lo otro es que es una línea muy calurosa, es la más profunda de todas y entonces es la que más calor y menos ventilación tiene (...) cada línea tiene su particularidad, es una línea muy larga y es además la que lleva más pasajeros de todas, y por ahí viajas más apretujado”.

Como se mencionó antes, aunque estos aspectos son referidos a la línea en general tienen una influencia importante en cómo se percibe el interior de la línea y los andenes. El segundo aspecto a considerar es las respuestas referidas al interior del subterráneo, es decir

lo que sucede en los espacios interiores, el diseño y arquitectura, así como otros especialmente enfocados en los andenes. De este modo se encuentran respuestas asociadas al volumen de personas que transitan en las estaciones:

E4: “Creo que en esta línea se mueven muchas... una gran cantidad de personas. Y todas son diferentes (...) en comparación a otras menos concurridas”

E12: “(Los andenes) están llenos de personas... y mucha basura, sucio y poca iluminación”

Dentro de este punto de características del espacio del subterráneo también se encontraron algunas referentes al diseño, especialmente a los murales:

E2: “(La línea B) No tiene pinturas en paredes, pinturas en sentido artístico y aprobado por el gobierno”

E6: “Los murales que reflejan un poco de la historia argentina y sus personajes”

E14: “Los andenes son incómodos y a veces es fácil perderse”

E16: “Creo que los andenes son muy diversos. Podes ver muchas cosas y personas diferentes...hay muchas tiendas también”

E33: “Otras tienen otros tipos de murales, como la decoración alusiva a la pampa o a cosas típicas como la que se observa las estaciones de la línea D”

También se señalan características referentes a la ocupación de los espacios por parte de negocios y personas:

E9: “En las otras líneas hay menos kioscos y vendedores, en las mas nuevas”

E7: “Me parece que es a la línea que más se suben a vender cosas, en Carlos Pellegrini siempre que bajo hay algún grupo musical o alguna representación a veces musical y a veces teatral”

De esta manera se observa que se hace referencia a diferentes aspectos de lo que considera la ambientación del subterráneo, desde la parte del decorado hasta la ocupación

de los espacios, que influyen en la circulación, desplazamiento, sonidos y en como se observa en general en el subterráneo.

Otros entrevistados hacen referencia casi exclusivamente al tamaño de los mismos, resaltando así una de sus funciones como un lugar de espera de los trenes y las tiendas y apropiación del espacio que se puede encontrar, señalándose así por ejemplo:

E4: “Yo creo que en varias estaciones los andenes y pasillos son amplios. De impactar... sería la cantidad...los anuncios...la publicidad, de muchas cosas en general”

E7: “Son amplios pero cuando hay muchas gente y vendedores, resultan insuficientes para poder circular cómodamente”

E8: “Los andenes casi siempre están llenos de personas, kioscos y tiendas, tienden a ser un poco sucios”

E10: “Son espaciosos pero un poco desordenados“

E32: “Amplios y muy decorados como en la estación Los Incas”

En esta descripción, al preguntarle a las entrevistadas que fueron participantes del concurso de fotografía, se señalo por ejemplo, LG: “En esta línea que utilizo, salvo algunas estaciones (en general las más importantes), hay mucha suciedad, goteras, etc. Son muy oscuras, podrían estar mejor iluminadas”

También los entrevistados, hacen referencia al volumen de personas en ellos, las horas y las consecuencias de esto:

E9: “Congestionados a pesar de ser espaciosos”

E28: “Y son amplios pero siempre hay mucha gente, del resto me parecen bonitos...como que en cuanto a lo que lo decora”

E29: “Son amplios, aunque dependiendo de la hora pueden llegar a estar muy llenos y ser insuficientes”.

Es así que se mencionan descripciones sobre el espacio como amplio, mas la presencia de gran cantidad de personas, publicidad y comercios influyen en la capacidad de su función, por lo que se empieza a considerar como desordenado, sucio, insuficientes.

Se observa así que al localizar como punto de análisis esta investigación los andenes como espacios donde se produce una apropiación por parte de vendedores, músicos, etc; resulta que se encuentran diversos elementos y que interesante conocer las percepciones que tienen los ciudadanos sobre este espacio, ya que se mencionan aspectos diferentes. Muchos resaltan su amplitud, pero mencionan aspectos importantes que hacen que este espacio pueda ser considera insuficiente, como el volumen de pasajeros, las tiendas, los vendedores, etc. Todos estos son elementos que se suman a la apropiación del espacio en los andenes, y son características importantes a tomar en cuenta al momento de considerar esta apropiación, que no ocurre de manera particular sino que se da de forma adicional a otros elementos de la cotidianidad del subterráneo. Resulta interesante la variedad de características que se da al subterráneo, aunque pareciera ser un espacio delimitado y de transito rápido, los entrevistados señalaron este lugar como poseedor de múltiples elementos además de los señalados en esta investigación de las actividades de apropiación del espacio, sino otros elementos que también escapan al diseño institucional como desperfectos en iluminación y ambientación, publicidad, tiendas, kioscos, exceso de pasajeros entre otros.

B) Señalización vs propaganda y graffiti

A partir de esta sección se abarcará los análisis correspondientes a las actividades de apropiación del espacio, comenzando específicamente las relativas a la parte gráfica. Los elementos aquí tratados se refieren concretamente a los carteles, anuncios, pegatinas por un lado y al *graffiti*, dibujos, escrituras por el otro. Las características de los primeros aluden a

propagandas o volantes de tipo comercial que suelen estar impresos o escritos en algún tipo de papel y son adjuntados, pegados o superpuestos en el mobiliario y publicidad de los andenes. Caso contrario son los *graffiti*, dibujos y escrituras, ya que aún cuando también se encuentran en el andén y en el mobiliario, también se aplican a diversos lugares y superficies, así como son plasmados en éstas directamente, sin mediar otro formato, solo en marcador, espray o pintura. En ambos casos, los entrevistados afirmaron reconocerlos dentro de los andenes, mientras su relación con el subterráneo y efecto en él es variado. Los carteles, anuncios y pegatinas, fueron descritos en cuanto a forma:

E2: “Son en su mayoría carteles de varios colores, como papelitos pegados”

E8: “Suelen ser pequeños y hay muchas pegatinas”

E14: “Son anuncios de varias cosas que pueden quitarse fácilmente, me parece que crean suciedad con capas y capas de papeles”.

E15: “Son anuncios fáciles de remover que están poco tiempo, pero que dan mala imagen al lugar, de descuido”

Y también en cuanto a su contenido:

E4: “Y veo anuncios de presentación de artistas, recitales en teatros, estrenos, cine, cursos de universidades, bancos en los vagones... Sería... la información del subte y papeles de sindicatos... y por ahí unos papeles con cursos y ofreciendo...son simples anuncios”

E7: “Siempre hay carteles promocionando diferentes tipos de eventos y productos. Por lo general son volantes o tarjetas pegadas a las paredes de los andenes”

E10: “Se pueden encontrar principalmente anuncios publicitarios en los andenes, pequeños en su mayoría, son publicidades de objetos, también de venta”

E21: “Mas que todo son pegatinas o volantes que ofrecen información de contacto para ventas y cursos”

E22: “Creo que son propagandas como las que entregan en la calle, que promocionan productos... hay pegatinas también”

Ambas descripciones concuerdan con lo encontrado en las observaciones, tratándose de en general pequeños anuncios de eventos, productos y servicios que se colocan en diferentes lugares del andén con el objetivo de llamar la atención de los ciudadanos. Son variados, de diferentes formas y de contenidos variados. Algunos hicieron alusión a algunas propagandas informativas del sindicato del subterráneo.

Además del reconocimiento de este tipo de carteles, se hizo énfasis en conocer cuál era la influencia o el cambio que pueden ejercer dichos carteles en el diseño del subterráneo el cual es un punto crucial dentro de los objetivos de la investigación:

E1: “Cubren algunas letras de las señalizaciones propias del Subte y crean un poco de confusión a primera vista”

E2: “Cambia en el sentido de que desvían la mirada, la gente coloca su atención a las propagandas y no a la señalización, mapas, etc del subte”

E5: “Dificultan la lectura de los nombres de las estaciones”

E9: “A veces distraen y están sobre las señales, a veces tapándolas No se logra visibilizar las señales de forma adecuada”

E15: “Y que a veces incomodan...el andén no está hecho para que se coloquen carteles, las personas pueden confundirse con las señales y direcciones”

E21: “Creo que se ha convertido el subte en un lugar para promocionar servicios y eventos de gente que puede publicitar es de esa forma”

E29: “A veces tenes que ver bien, porque la señalización puede no estar muy clara”

E32: “Si, porque a veces se superponen sobre la señalización”

Alguno de los entrevistados que participaron en concursos del subterráneo señalaron,

LG: “No les prestó mucha atención, me parece que es la misma publicidad que veo en la vía pública o en otros medios (...) Por lógica diría que seguramente ensucian la lectura pero repito que no le presto mucha atención y que en general encuentro rápidamente la señalización que necesito”.

TP: “En donde veo que hay propaganda es en donde antes se veían los mapas dentro de los trenes, ahora se ponen anuncios de diversas cosas y eso no me gusta sobre todo si uno tiene que consultar por estaciones y líneas. Y también la propaganda la repiten en todo el vagón y no le veo sentido”.

Con estos ejemplos se hace visible el hecho de que los ciudadanos entrevistados asocian la presencia de este tipo de propaganda con la señalética del subterráneo. En su mayoría consideraron que cambiaban las señales, otros aseveraron que no hay ningún cambio. Es posible que aun cuando estos carteles tienen un carácter efímero de que no van a estar permanentemente en las señales sino que pueden ser removidos con facilidad, pueden afectar la lectura de las señales, ya que para el momento que están obstaculizan la comunicación y en la función de informar a los ciudadanos.

Este punto se acentúa por el hecho de que algunos entrevistados indican que la señalización del subterráneo no resulta ser la más apropiada, como indica una de las concursantes de fotografía del programa SubteVive, CB: “Considero que es muy mala, como ya lo conozco de memoria no me molesta, pero me parece que deberían actualizarla y a la vez mejorarla”. Este punto es compartido por Bouvet, que desde su experiencia trabajando en el subterráneo indica,

“Creo que la señalización es mala, por la cantidad de preguntas que nos hacen los pasajeros perdidos, que no saben para donde ir, creo que a eso

no le han encontrado la vuelta todavía, como señalar correctamente para que la gente se ubica donde está, para donde tiene que ir, donde está la combinación (...) la empresa debería resolver lo de la señalización para que sea más adecuada”.

Igualmente, una de las concursantes del subterráneo acompaña esta afirmación, TP: “Depende de la estación, en general está bien, nada más. En algunas estaciones por la convergencia de varias líneas puede llegar a ser un poco confusa como es donde se juntan las líneas”.

En relación al segundo tipo de actividades gráficas presentes en los andenes del subterráneo, como son los *graffiti*, dibujos y escritos, se obtuvieron diversos ejemplos de donde se pueden encontrar estos en el ambiente del subterráneo:

E4: “He visto más que algunos vagones del subte con dibujos... *graffiti* con dibujos, con rostros y letras que...no se que dicen pero con varios colores, llamativos, eso es lo que recuerdo... frases extrañas”

E7: “Algunas paredes pintadas con *graffiti* y hasta incluso algunos vagones del subte cuentan también con *graffiti*. En las paredes, en los vagones, en las escaleras”

E8: “Hay *graffiti* por todas partes, en las paredes, en los asientos, en los cestos de basura, en las puertas y escaleras, seguramente en otros lugares que no recuerdo en este momento”

E10: “Principalmente se encuentran como murales, o también en los trenes de las líneas, vale aclarar que si mal no recuerdo, es la única línea en la que los vagones de los trenes están pintados con *graffiti*”

E14: “En las paredes creo yo...son de muchos colores. A veces son solo firmas”

E15: “En casi todos los lugares donde puedes ver, las escaleras, el vagón, las paredes, inundan todo”

E17: “En las paredes, papeleras...debe ser un grupo de graffiteros de por acá, o es una protesta contra algo”

De esta forma, a diferencia de los carteles y anuncios, los *graffiti* y dibujos pueden ser encontrados en diversas superficies de los espacios del subterráneo, inclusive en los vagones mismos. Esto concuerda con lo encontrado en las observaciones, donde se menciona la presencia de *graffiti*, especialmente *tags* o firmas en marcador (Ver Observación 1 y 2). De modo que es una de las actividades más reconocidas y que se han hecho notar dentro de este lugar, siendo ubicadas por los entrevistados en muchos lugares, mobiliario, objetos, entre otros, dentro de los andenes. Como señala una de las concursantes de fotografía al preguntársele si consideraba que era un tipo de actividad semejante a la fotografía señaló que, LG: “Seguramente algunas de ellas lo son, el graffiti es una expresión de arte callejero”. Por su parte, Bouvet señala:

“Hay grafitis, hay escritos, hay carteles de propaganda política, de agrupaciones, hay en todas las líneas, en la B hay, incluso hay unos subte pintados (...) a mí personalmente lo que es *graffiti* me gusta, un lugar que esté decorado, me parece lindo, pero no tienen permiso”.

Sus características son variadas, de varios colores, formatos, elementos, pero que para la mayoría de los usuarios resultan incomprensibles, usados como forma de protesta y relacionados con la juventud. Algunos entrevistados señalaron también que este fenómeno es similar a lo que sucede en la ciudad, E21: “(Se pueden encontrar los *graffiti*) En las paredes más que todo, diría que al igual que las calles de Buenos Aires”

En cuanto a la relación de dichos graffiti y las propagandas con lo que es la señalización y la parte de diseño gráfico del subterráneo hay opiniones diversas. La mayoría de los entrevistados consideraron que aunque éstos interfieren con la señalización del lugar, realmente no se relacionaban con el mismo, aun cuando otros piensan que ya forman parte del lugar y de su diseño, como señala una de las concursantes entrevistadas: TP:

“No, los hacen los chicos para dejar su “marca” con letras que solo ellos entienden y a mí me parece que arruinan el estado de los trenes, las instalaciones, y muchas veces evitan visualizar tantos los mapas, las señalizaciones y las ventanas(...) las que yo he visto no son con fines decorativos o artísticos, ya que terminan tapando señalizaciones, mapas, etc. e incluso muchas veces y desafortunadamente arruinan obras artísticas que ya están en las estaciones, murales hechos en mosaico o vitrinas con fotos históricas.”

Así como muchos entrevistados destacan diferentes aspectos sobre este tema:

E4: “En el caso de los *graffiti* sobre las carrocerías, éstos se vuelven parte de la estética de los coches y dialogan bastante armoniosamente entre sí. En el caso de las intervenciones sobre paredes se leen como relaciones destructivas y contraproducentes

E9: “No tiene que ver con el subte, Estos *graffiti* seguros los pintan o chicos que quieren expresar... no se... alguna... algo tipo arte. Es una forma de expresarse de algunos chicos, que se toman su tiempo para ello”

E10: “La verdad que no se relacionan, pero creo que es algo que ya a pasado a formar parte del visual cotidiano de las personas que transitan por ahí”

E13: “Al igual que las propagandas, las personas saben que estos no son del subte”

E15: “(Las propagandas y *graffiti*) Creo que no tienen nada que ver no ayudan con la información del subte...ni lo hace más agradable”

E23:”(Los *graffiti* no afectan al subterráneo) Porque son de otras personas que no trabajan en el subte. A diferencia de los carteles del sindicato que si tienen que ver”

E29: “Creo que ya están ahí y como que te acostumbras a verlos, aunque no te gusten”

E32:” No se relacionan... son algunos pequeños sobre los murales, cosa que no me parece bien”

E34: “No son bonitos, pero no son parte del subte tampoco”

En este punto, Bouvet, ex trabajadora del subterráneo señala

“No lo sé, nosotros si como trabajadores y en buena parte en el sindicato, lo que si hacemos es pegar de los trenes materiales, carteles, consignas, porque nosotros interpretamos que se establece una comunicación, la gente presta atención a lo que está escrito, es un buen medio para divulgar”

La presencia de elementos gráficos dentro el subterráneo se hace tangible y fácilmente reconocible por parte de los usuarios. Su contenido o que representan posiblemente no quede del todo claro para los transeúntes. De hecho sus características y diseño no parecen haber llamado la atención suficiente del ciudadano como para ser recordado su contenido y lo que ofrece, aun cuando han estado en sitios visibles y que entorpecen con la señalización. Igualmente con los *graffiti*, son reconocidos pero no es comprendido por los usuarios. En cuanto a su relación con el subte, se considera o por un lado presente, pero momentánea y siempre en referencia al lugar que ocupe, o inexistente debido a que claramente irrumpe en un lugar con el que no comparte elementos gráficos y de diseño.

Dentro de este punto de los elementos gráficos, cabe destacar que fueron fácilmente reconocibles por parte de los entrevistados, ubicándolos dentro de las señales y mapas del subterráneo como se indicó en las observaciones (Ver Anexos 8 y 9) y los *graffiti* en múltiples lugares. Además se evidencia en las entrevistas que algunos consideraron que estos elementos formaban parte del lugar, que aunque no fueran relacionados con el subterráneo como organización, si fueron relacionados con el espacio, como características de pertenencia al lugar. Asimismo la valoración que se le da a estos elementos va a depender y estar directamente relacionada con la ubicación de los mismos, observándose que al estar en lugares de importancia en cuanto a la comunicación visual son considerados negativos, en cambio si se ubican en otros lugares, por ejemplo la carrocería, no tienen esa connotación negativa, se le otorgan adjetivos positivos o se señalan razones de tipo económico, propagandístico, de protesta, etc.

C) Los músicos en el andén

El apartado de las actividades culturales de apropiación del espacio corresponde al eje temático donde se obtuvo mayor volumen de respuestas, complementadas con opiniones, experiencias, así como posee al igual que los otros ejes, contrastes en cuanto a lo que piensan los ciudadanos acerca de estas actividades. Es importante señalar en este aspecto algo que menciona Bouvet acerca de estas actividades, “Las actividades musicales, más que nada en las combinaciones, los músicos piden un permiso, una autorización a la empresa y la empresa autoriza que hagan esta actividad, después pasan la gorra, sin autorización los sacarían”.

Las actividades fueron fácilmente detectadas y todos los entrevistados manifestaron reconocerlas y haber tenido la oportunidad de encontrarlas en el subterráneo durante alguno de sus viajes, siendo en su mayoría evaluadas como positivas, así asevera una de las

concurstantes de fotografía, CB: “Si muchos, me encanta que hayan, un chico con un teclado enorme, un arpa, puff...muchos, se pueden ver muchas cosas la verdad” y LG: “En general músicos es lo que más recuerdo, me parece interesante, es una de las cosas que me llama más la atención”, ó TP:

“Son expresiones artísticas diversas y el espacio que se elige es el subte pero si muchos músicos tuvieran la oportunidad de tocar en otro lugar supongo que lo harían. Estas expresiones artísticas se dan ahí en gran parte por el gran flujo de personas que hay cada día y la posibilidad de sacar alguna remuneración económica”.

Cuando se le pidió a los entrevistados describir estas actividades musicales y artísticas, se dieron numerosos ejemplos, donde predominan los que aluden a eventos musicales.

E2: “Entre estas actividades, lo que más encuentro son cantantes folklóricos. Dos veces tuve la oportunidad de ver una pequeña obrita teatral. También suele haber gente vendiendo artesanías”

E7: “Hay muchos músicos sobretodo, con diferentes instrumentos, violines, saxofones e incluso pianos...también hay cantantes, mimos y magos, algunas veces escenas de teatro en los vagones”

E9: “Más que todo se llevan a cabo actividades artísticas, musicales. Pienso que no están mal...ponen un toque distinto durante el trayecto del viaje o...hacia los andenes”

También se hace alusión a performances y shows, además de los musicales:

E20: “Son músicos, algunos buenos, también he visto magos que se hacen... un show”

E32: “Son grupos de música típica porteña, breves y agradables”

Y también al motivo de estas presentaciones artísticas y musicales:

E21: “Al igual que las propagandas, también hay músicos y actores que promocionan en el subte. Incluso venden sus CD’s”

E27: “Las actividades artísticas son informales. He visto escenas donde los artistas interactúan con la gente, los pasajeros, de formas diferentes y que puedan resultar entretenidas para ellos”

En general, las personas hicieron alusión a eventos que se desarrollaban en momentos determinados, tanto dentro como fuera del andén. Por ejemplo las presentaciones teatrales fueron consideradas dentro del ámbito del vagón y no en los andenes. Ninguno de los entrevistados hizo referencia a los programas teatrales y musicales que ofrecen el subterráneo con el programa SubteVive. Gustavo Irmenich, uno de los entrevistados en relación a festivales organizados en el Subte señala que además de que se realiza una solo vez al año, aun cuando en una gran producción, unas 40 bandas y tiene mucho alcance y va un gran número de personas “hay un promedio de unas 10mil personas y a veces hasta más, y algunas están paseando en el subte y se bajan a verlo”, no es quizás un evento muy difundido y publicitado.

Al ya ser expuesto los conocimientos que tienen los ciudadanos entrevistados sobre estas actividades, se procedió a preguntar acerca de la relación de éstas con el subterráneo. En cuanto a este punto las respuestas son variables, algunos entrevistados consideraron que interferían en la circulación de los espacios mientras otros señalaron que eran eventos o muy aislados o se ubicaban de tal manera de no interferir con el movimiento del pasajero.

E2: “No interfiere porque el espacio que ocupan no es relevante, la concentración de gente se da en las escaleras”

E3: “Para mi creo que no... Siempre encuentran como un lugar donde no incomodar pero que si llame la atención”

E6: "Por lo general procuran hacer en un rincón pero en las horas donde hay tanta personas (...) Obstaculizan el paso, o cuando las personas se quedan viéndolos se reúne bastantes personas, de esta forma es más difícil movilizarse.

E7: "Muchas veces animan el viaje y en general a la gente le gusta la música, otras veces interfieren en el paso hacia las salidas"

E9: "Creo que no. No está mal que sean artistas populares, improvisados...que se ganan la vida. Ya se ha hecho como algo... diría normal esa relación... el músico o el artista que... es un artista que de improviso entra...y el... al vagón en alguna estación y comienza digamos su acto. Es algo que ya uno espera... no le asombra.

E16: "No lo creo. Porque hacen del lugar...más agradable. Y a algunos le gustaran y a otros no, pero no creo que sea malo, porque es algo artístico"

E28: "Creo que ya forman parte de lo que te puedes esperar en el subte, es como lo cotidiano aquí"

E29: "Creo que ellos saben donde y cuando se colocan, si hay mucha gente resultan...entorpecen el espacio"

E33:" No creo (...) por el contrario hacen la travesía agradable".

Participantes de concursos del subte señalan:

CB: "Interfieren en que te sacan de lo cotidiano, me gustan...es algo positivo, ves cosas nuevas, y es algo que tiene que ver con lo artístico... Para recaudar dinero, me gusta, me parece que son artistas y que están trabajando, aparte es lindo que estén en el subte y alegren un poco la monotonía de la vida de la gente".

LG: "No me parece, y creo que están bien, no molestan...y es muy difícil de evaluar, no creo que todas sean artísticas, expresivas tal vez sí. Desde mi punto de vista para que una actividad sea considerada artística tiene que

haber una intención de este tipo por parte del ejecutante. No toda la pintura es artística, no toda la música es artística, no toda la fotografía es artística. La mayoría de estos actores recaudan dinero con sus actuaciones, por lo que resulta, por la afluencia de público, un medio de transporte ideal para este cometido, además de que las características espaciales favorecen la actividad”.

A esto Bouvet señala (El fenómeno de artistas y músicos en el subterráneo) siempre existió, no sé como era antes cuando era privado, pero siempre existió, lo que sí me parece es que habría que buscarle la vuelta”.

Otro de los entrevistados, el jazzista Gustavo Firmenich, quien organiza el festival de jazz del subte explica:

“Estamos acostumbrados a viajar en el subte a diario, con nuestras preocupaciones, apurados, con ganas de llegar a casa cuanto antes...y de repente es un lugar que no te esperas... y además de que hay muchos músicos que podes encontrar en varios lugares”

Otro grupo de los entrevistados si consideran que hay un cambio en los espacios y en la circulación, aun cuando consideran que es posible que sea un fenómeno pasajero o que no se da en toda la línea del subte.

E17: “Si creo que interfieren en el espacio y circulación. No sé si están en todas las estaciones. En general la gente se detiene a verlos o los ignora”

E19: “Creo que esto sumado a muchas cosas interrumpen en el buen desempeño del servicio. Aun cuando puedan ser algunos agradables...chicos talentosos”

E24: “Cuando son horas específicas que hay mucha gente, si hay alguien cantando con parlantes y guitarra, y hay personas que se paren a verlo se hace un quilombo”

E30: “No lo creo, pero a veces no puedes escuchar anuncios del subte o si vas hablando te interrumpen”

El director artístico del Festival de jazz del subte, indica que para la realización del festival se toman consideraciones similares:

“Se hace el día de menos tráfico que es un domingo...por qué, porque la verdad va mucha gente...y si es un día de mucho tráfico de gente, y entonces sería muy complicado...con la cantidad de gente que se le suma ya al festival mas las personas que usan el subte (...) Los músicos informales, son reducidos, son un poco más raros de ver, y en el caso del festival, es algo de la producción más allá del sonido, son más personas de 4 mínimos a 25, y ya que empieza a las 5 de la tarde que la gente y si viene más gente puede ser un inconveniente.”

Así, se observa que hay diferentes opiniones en cuanto al efecto de estos artistas informales en el subterráneo. La cuestión central sería la percepción que tienen los ciudadanos y usuarios acerca de si estos artistas ocupan o no un espacio que de alguna manera le pertenece al pasajero, que está ahí para su uso en el servicio, o simplemente ocupan espacios que no se encuentran precisamente dentro de la ruta de entrada o salida de pasajeros del subterráneo. Evidentemente esto dependerá también de qué tipo de actividades se lleven a cabo, equipo que podrían colocar, instrumentos, número de participantes, etc. Resulta contrastante como este tema de los músicos y artistas en el subterráneo genera opiniones positivas a diferencia de los otros tópicos. Firmenich, señala que igualmente el Festival de jazz del subte recibe mucha atención:

“La verdad es que hemos recibido un buen apoyo de la gente que ha venido a vernos...y durante cuatro horas, diferentes grupos de jazz ofrecen el show, de forma simultánea y tanto el público como los pasajeros disfrutaban de esta propuesta cultural, que me parece que es algo distinto... para la ciudad. Mucha gente se nos ha acercado y nos ha felicitado por la propuesta”.

También explica el origen de esta actividad, que se podría considerar una alternativa de cómo llevar estas actividades a una mayor cantidad de personas y es un ejemplo de cómo los ciudadanos se pueden organizar y cambiar su entorno:

“Lo importante fue llevarle la propuesta del festival a la gente de Metrovías, empezamos a ver que opinaban...y empezamos a hacerlo, de esto como se llama...que desde el principio ha tenido un perfil muy particular...saliéndose del perfil más tradicional..y tratando de mostrar otras cosas para que la gente se emocione, yo se que aparte de toda la calidad que se presenta”

C) Los vendedores informales

Se observa que en el subterráneo de Buenos Aires operan diferentes actividades de tipo económico más allá de la venta del servicio de transporte, como tiendas, kioscos, y vendedores ambulantes. Estos últimos tienen un *modus operandi* que resulta diferente si la venta se lleva a cabo en el andén, o si se realiza dentro del vagón durante el recorrido del mismo. Se identificó esta actividad como apropiación del espacio, debido a que como en algunas calles y boulevard de Buenos Aires, vendedores toman cierto espacio y colocan la mercancía que van a vender de modo que surge una especie de lugar de trabajo y puesto de venta informal.

Al igual que los anteriores ejes temáticos, se les pregunto a los entrevistados si habían observado este tipo de actividades en los andenes específicamente, siendo

identificada efectivamente por todos ellos. Posteriormente se les pregunto si estas actividades interfieren en la circulación y si cambiaban los espacios. Las respuestas y apreciaciones en torno a este tipo de actividades fueron en general de rechazo y que en general producían incomodidad.

E2: "Ocupan a veces espacios importantes de entrada y salida que provocan tropiezos y que la gente se aglomere"

E3: "Limitando los espacios de circulación de las personas tanto para acceder como para salir de las estaciones o acercarse al subte... reducen el espacio q por derecho tenemos los usuarios"

E6: "Pasa igual que con los músicos, gente se aglomera a comprar o ver lo que se está ofreciendo e interfieren con la circulación, esto es más común en las horas de la tarde, hay incluso unos que ya tienen un espacio determinado en el cual extienden una tela y ahí exhiben sus productos"

E9: "Unas son acordes un poco con el subte, para aprovechar el tiempo durante el recorrido...pero las de ventas de alimentos, y otros artículos... no. Creo que ensucian"

E10: "Interfiriendo en el tránsito de las personas, porque muchas veces están en medio del andén (...) interfieren en la circulación, también dan mala imagen en el subte"

E12: "Creo que ensucian el lugar y no dejan pasar... y no venden nada útil"

E14: "Al igual que los músicos ellos están en el camino y a veces... se dificulta pasar...pero creo que los vendedores a diferencia de los músicos, son molestos y no...como que no favorecen al subte"

E15: "Son molestos, se...obstaculizan el paso y colocan sus productos o mercancías en el andén...y es difícil con muchas personas"

E16: "Creo que se parece a las personas que piden dinero, hacen ver que hay necesidad y es un reflejo de lo que pasa en la Argentina"

E20: “Son vendedores que el subte debe sacar porque no hacen bien”

E21: “Entorpecen la circulación y creo que dan una mala imagen del servicio. Se siente como si en vez de un servicio fuera un lugar de venta, molesta al pasajero”

E24: “Es incomodo cuando una persona va caminando entre tanta gente intentando venderte algo que no querés comprar”

E26: “A veces tienen cosas pequeñas, y no pasa nada, pero otras veces están en los pasillos con telas en el piso vendiendo, ahí si son molestos (...) No dejan pasar a las personas, o no dejan caminar para salir”

E28: “Y no se... son personas que están sin trabajo y tienen que vender pero no tienen donde, así que toman el lugar, y ponen muchas cosas y a la gente le molesta”

E29:” Creo que a veces hay tantos que tenés que ver como pasas, dar la vuelta, tienes que ver cómo salir”

E32: “Interrumpen a veces la salida o entrada al tren”

Ante esto Bouvet señala que “Si, los vendedores, tienen una particularidad que es que te da un servicio, entonces yo veo que hay gente como que compra, se aprovecha, el vendedor es un beneficio”.

El rechazo a este tipo de actividades, aun cuando unos pocos señalan la posibilidad de verse beneficiado por este tipo de ventas, se basa en diferentes aspectos. Está el ya mencionado hecho de la incomodidad de la apropiación de espacio por parte de estas personas, también se debe a la relación de estas actividades con el descuido y que los usuarios consideran que contribuye al desaseo que se observa en el lugar.

Sin embargo, es un fenómeno que se observa en muchos medios de transporte, por diferentes razones. A este punto una de las participantes de concursos de SubteVive puntualiza

LG: “Son parte de la economía, se los encuentra en cualquier medio de transporte. Lo que creo que ocurre es que la cantidad de usuarios del subte hace que este medio sea más propicio a la venta. Uno ya sabe que los va a encontrar, en ese sentido son parte del subte, del tren, del colectivo (...).”

También está el hecho de la incomodidad no solo del espacio para transitar sino la insistencia en la venta lo que crea una incomodidad en la experiencia del viaje en general.

D) La voz del ciudadano

Posteriormente a los tópicos aquí señalados, que constituyen los objetivos de la investigación en cuanto a apropiación del espacio en el subterráneo de Buenos Aires, se dejó un espacio para que los entrevistados dieran comentarios, opiniones o apreciaciones que quizás no se encontró el espacio adecuado dentro de la entrevista para ser comentadas. El hecho de que estas no constituyan de forma sistemática en una parte de los ejes de la investigación no quiere decir que no sean importantes o que no resulten provechosas para la investigación. Todo lo contrario, constituye la percepción abierta del entrevistado sobre el tema, y al ser realizadas al final a modo de comentario por añadidura, le permiten haber pensado y discurrido en torno a características del subterráneo que quizás no habían meditado antes, o por el contrario se transforma en el espacio adecuado para que opiniones que se habían elaborado previamente puedan ser expresadas. Los temas mencionados en esta sección fueron muy variados desde la ocupación de los espacios por partes de kioscos y tiendas: tema de críticas al servicio

E2: “Los puestos de diarios si ocupan un lugar bastante considerable, dejando poco espacio lo que genera un continuo riesgo por la cercanía a las vías”

E6: “Adicional de los vendedores ambulantes, también hay tiendas, restaurantes y almacenes que interfieren con la circulación de las personas que utilizan el servicio día a día”

E7: “Los vendedores y músicos también se colocan fuera de los andenes como cerca de las boleterías. También hay tiendas”

E19: “También hay kioscos, tiendas y mucha publicidad en cada estación”

Como también se presenta el tema de críticas al servicio:

E4: “El subte ha llegado a un estado realmente deplorable de suciedad y descuido, hay q poner atención a ello”

E13: “Hay muchos paros en el subte que imposibilita que se pueda usar...que pueda funcionar bien”

E14: “El subte es muy desordenado y creo que insuficiente para la cantidad de personas”

E21: “El servicio del subte se ve influenciado o impedido por estas actividades de venta. Además hay poca seguridad al pasajero”

Además, de las actividades de apropiación del espacio mencionadas en las preguntas anteriores, hasta críticas sociales y recomendaciones.

E9: “Creo que esta línea...identifica sus estaciones que tienen nombres como que muy propios y características... particulares como los murales...los dibujos en pisos o suelos. Como dije a los lugares donde lleva también...la música...la cantidad de pasajeros”

E10: “Además de vendedores también hay gente pidiendo dinero muchas veces”

E12: “Es preferible los músicos y vendedores a los chicos pidiendo...también hay muchos ladrones en los vagones”

E23: “Actualmente el subte presenta muchos problemas que deben ser atendidos. Creo que muchas de las ventas y por ahí los músicos son un síntoma de los problemas que está teniendo la ciudad y el porteño en general”

E20: “Además hay mucha gente de mendigo, sobretodo chicos que es muy triste”

E28: “Creo que el subte tiene cosas buenas que ver como los murales, y hay estaciones que tienen mucho significado... Pero esta enormemente...muy sucio y como si a las personas no les importase”

E29: “Y me parece que las personas contaminan mucho el lugar”

E33: “Sería más agradable el viaje si los trenes contaran con aire acondicionado”.

Se puede observar así que existen comentarios añadidos por los entrevistados que representan diferentes temas y apreciaciones que resultan de mucho interés para el tema del subterráneo. La mayoría de estas opiniones constituyen críticas a elementos y aspectos de este servicio que se consideran insatisfactorias para el ciudadano. Una concursante de fotografía señaló aspectos como, LG: “(El subte) Es rápido y barato. Debería haber más líneas y mayor frecuencia en horarios pico. Mucho calor en verano, debería tener aire acondicionado” y TP: “Sería bueno que el Subte aprovechara para promover aún más el tema de tirar la basura en los tachos y el reciclaje, sé que es mucho pero hay que empezar a promover la limpieza de los espacios urbanos y comunes con mayor énfasis”

Se producen además ciertas comparaciones como las realizadas entre vendedores y músicos, donde, como ya se menciono anteriormente, se evalúan negativamente los vendedores, mucho más que a los artistas, y también se buscan explicaciones como señala E23: “Creo que muchas de las ventas y por ahí los músicos son un síntoma de los problemas que está teniendo la ciudad”.

También es importante resaltar el hecho de que se hace mención a otros aspectos del subterráneo que no fueron incluidos en esta investigación pero que igualmente forman

parte de este espacio como las publicidades, las tiendas y kioscos, las personas que piden dinero, las protestas realizadas en el subterráneo por parte de los trabajadores, etc. Como se mencionó al inicio del análisis una característica en común de los tres ejes contemplados en la investigación, se presentan una suma de elementos dentro del subterráneo que adicionalmente a las actividades de apropiación del espacio, el contexto histórico, económico y social, se obtiene un conglomerado de factores que se participan dentro del imaginario urbano del lugar.

¹ Se señalarán las respuestas de los entrevistados participantes de concursos mediante sus iniciales.

² Se señalarán las respuestas de los entrevistados (E) junto a un número que representa su orden en la ejecución de entrevistas, de modo que E1 representa el primer entrevistado y así sucesivamente.

4.6 Conclusiones

Esta investigación se ha avocado a la comprensión del imaginario urbano del subterráneo de Buenos Aires y como se relaciona el diseño del mismo con las actividades de apropiación del espacio que se suscitan actualmente en este lugar. Ello implica múltiples aristas difíciles de asir y caracterizar por separado, como el diseño institucional, la realidad urbana y social, entre otros. Desde las ciencias sociales se parte desde la información de primera mano, la de los ciudadanos, quienes fueron el foco de atención al momento de generar el aporte epistemológico, conjuntamente con el aporte de personas que trabajan dentro del subterráneo o que llevan a cabo diversos proyectos en él, quienes como ciudadanos también construyen el fenómeno.

Desde un punto de vista epistemológico y los alcances del análisis presentado en esta investigación, al hablar de los fenómenos urbanos, surgen algunas observaciones e interrogantes. Por una parte, se encuentra un objeto de estudio particular, las actividades de apropiación del espacio en el subterráneo: ¿Qué se puede conocer de un espacio como el subterráneo, especialmente de una gran ciudad? ¿Sólo fragmentos, parcialidades o se puede hacer afirmaciones de un cierto grado de generalidad?

Se puede decir que lo imaginario remite a un campo de imágenes diferenciadas de lo empíricamente observable. Entonces, no se puede afirmar rotundamente que se dispone de un saber, pero tampoco se puede decir que se hace ciencia, ni siquiera ciencia social, si no se problematiza desde el punto de vista y las condiciones en cuanto a contexto, desde los cuales se produce el conocimiento. En este esfuerzo por producir totalizaciones, no totalidades, que se saben relativas y modificables, lo imaginario y las representaciones que hacen los ciudadanos de lo real, aparecen como componentes importantes. Ese sería el núcleo de la problemática epistemológica de los imaginarios.

También es legítimo hablar, de los imaginarios a partir de las prácticas sociales de actores que no tienen la pretensión de construir ciencia ni conocimiento científico. Es desde la voz del ciudadano, desde el que imagina estos espacios. Una ciudad siempre es heterogénea, entre otras razones, porque hay muchos imaginarios que la habitan. Estos imaginarios no corresponden mecánicamente ni a condiciones de clase, ni al barrio en el que se vive, ni a otras determinaciones objetivables.

A partir de lo anterior, se puede afirmar que el proceso del imaginario que se da en los ciudadanos es relacional, y desde ahí ha de situarse la discusión y conclusión de los resultados. Ya se ha mencionado anteriormente en las diferentes perspectivas tratadas, la importancia de la visión holística, de lo multifactorial que son los fenómenos, y la imposibilidad de acercarse a un fenómeno sin concebirlo previamente como un producto social.

La percepción que tiene el ciudadano sobre las actividades de apropiación del espacio y su influencia en el diseño del mismo, están íntimamente relacionadas con el objetivo de la actividad, su permanencia, el lugar y lo productiva o beneficiosa que pueda ser para el usuario. Así como también dicho imaginario se ve influenciado por el contexto histórico y cultural que esta inherente en la percepción del servicio y el espacio. De esta forma se van desarrollando, a través sus experiencias y vínculos históricos, formas de pensar, valores compartidos, esta relación, como señala García Canclini (1999) entre lo simbólico y lo real. Cada habitante fragmenta y tiene conjeturas sobre aquello que no ve, que no conoce, o que atraviesa superficialmente. Es una de las maneras de hacer evidente que no hay saberes totalizadores, formas absolutas.

Se dice que el proceso del imaginario es relacional debido a que se observa en el análisis que influyen diversos aspectos y elementos dentro del subterráneo que se ven implicados en el diseño del mismo y que inciden en la percepción que tienen los

ciudadanos sobre el mismo. Dicho espacio es como la urbe, esencialmente heterogéneo.

Esto no implica que dichos imaginarios y percepciones no sean absolutos, o mantenga patrones estrictos, pues justamente su caracterización está marcada por la flexibilidad en la adopción de rasgos identitarios que van cambiando de acuerdo con el contexto, en el que se encuentran presente los constantes cambios a nivel político, social y cultural.

En la investigación se observó que al hablar de los imaginarios no puede restringirse a patrones absolutos en la tipificación de los mismos, pues no existen límites marcados en sus identidades. Desde el punto de vista de cómo es percibido el diseño, se plantea como una práctica social, y por tal hecho también es susceptible de ser influenciado, modificado, reconstruido, sobre todo al ser concebido como un espacio público, un servicio urbano y que de alguna manera genera cierta identificación con la ciudad. Primero, es menester mencionar que dicho imaginario debe tomarse como una idea global, ya que mas allá de precisar el diseño del subterráneo, hay que considerar el hecho de que es difícilmente separable de otros elementos como la ubicación, estado del mismo, funcionamiento, aspectos que resultan importantes para el ciudadano al momento de hablar de este espacio. Esto debido a que son aspectos que le atañen e incumben directamente al ciudadano y que son difíciles de desligar de la generalidad del tema, de modo que junto a la problemática del funcionamiento, la historia de la privatización, contextos políticos, entre otros, son elementos que fueron recurrentes dentro de la percepción y concepto que tienen los entrevistados en torno al tema global del subterráneo. Elementos que aunque no fueron tratados a profundidad en esta investigación, son referentes continuos e ineludibles.

Por ser tramas de significados no pueden ser reducidos al significado que se le otorga a un elemento u objeto. Indudablemente, como se mencionó anteriormente, los imaginarios no se configuran fuera de los contextos y procesos históricos, sino dentro de

ellos. Por eso están a merced de los cambios.

El diseño aquí contemplado como los aspectos gráficos y ambientales del lugar se ven influenciados por diferentes elementos, pudiéndose concluir que las actividades de apropiación del espacio si modifican este diseño pero en diferentes medidas. Así, en un espacio como el subterráneo se podría considerar que existen desiguales sistemas de sentido que simbólicamente se manifiestan de diversas maneras. De esta manera, tomando en cuenta uno de los primeros objetivos, en cuanto a los aspectos gráficos se consideró dos elementos diferenciados, las pegatinas, carteles y propagandas por un lado, y los *graffiti* por el otro. La perspectiva que tienen los ciudadanos sobre estos elementos simbólicos se diferencian por el tipo de actividad, su finalidad y ubicación. Los carteles, propagandas y pegatinas fueron considerados como inofensivos en algunos casos o perjudiciales en otros debido a su finalidad de comercio, su contribución al desaseo del lugar y además por su capacidad de afectar en la comunicación visual del diseño del subterráneo. Aún cuando estos carteles tengan un carácter efímero, de que no van a estar permanentemente en las señales sino que pueden ser removidos con facilidad, pueden afectar la lectura de las señales, ya que para el momento que están obstaculizan la comunicación y en la función de informar a los ciudadanos.

Dentro de estos elementos gráficos, el *graffiti* tuvo una consideración diferente, ya que no fue percibido como que afectaba las señales o mapas en sí, sino que su ubicación fue muy variada. Aunque cuando no fue considerado positivo, se evidencia en las entrevistas que algunos consideraron que estos elementos formaban parte del lugar, que aunque no fueran relacionados con el subterráneo como organización, si fueron relacionados con el espacio, como características de pertenencia al lugar. Por lo que su identificación va más dentro del diseño ambiental que dentro del diseño gráfico del subterráneo, como se pensó en un principio.

Asimismo, la valoración de todos estos elementos gráficos va a depender y estar

directamente relacionada con la ubicación de los mismos, observándose que al estar en lugares de importancia en cuanto a la comunicación visual son considerados negativos, en cambio si se ubican en otros lugares, por ejemplo la carrocería, no tienen esa connotación negativa, más bien se le otorgan adjetivos positivos o se señalan razones de tipo económico, propagandístico, de protesta, etc. De tal manera que lo que define al espacio y a los elementos no son las leyes, ni la parte institucional sino su dimensión pragmática, en el sentido que, los actores por medio de los usos colectivos que le dan, crean símbolos y les asignan valores. Las razones de estas actividades pueden ser diversas, como se señaló anteriormente, según Foucault (1994) muchas veces es posible encontrar situaciones en donde los sujetos que no tienen precisamente interés entran en enlace estrecho con el poder y reclaman algunas de sus parcelas; se puede ver en términos de inversiones de beneficios materiales, económicos concretos, el interés no logra explicarlos, pero si en términos de inversión de deseo, de ahí que las recompensas no son solo materiales, sino esencialmente simbólicas, que hay inversiones de deseo de poder y lo difunde y eso explica cómo opera toda la microfísica del poder.

Seguidamente, en el segundo eje de las actividades artísticas, supusieron un cambio y un contraste muy diferente en comparación a las demás actividades mencionadas. En primera instancia se trata de una actividad que está permitida y que por lo menos en los andenes del subterráneo requieren un permiso para estar. Otra diferencia provino del imaginario, ya que fue considerada por los entrevistados como positiva, incluyéndose anécdotas, ejemplos y en general una apreciación gratificante en torno a esta actividad. Aun cuando se señalaba que había una obstrucción de la circulación, parte de la explicación era que los pasajeros observaban esta actividad y obstaculizaban la misma, de tal manera la obstaculización recaía no en el que realizaba la actividad, sino en los otros pasajeros que estaban atentos a la misma. De esta manera la experiencia del servicio se ve afectada por el otro.

Existe además una interacción de estos artistas con el espacio y los ciudadanos, como señala Pol (1996) a través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su huella, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Las acciones dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción.

Al igual que las actividades gráficas también se encontró que estos *performances* intervenían dentro del diseño del subterráneo a nivel ambiental. Se destaca la particularidad de que estas actividades no solo incidían en la circulación de los pasajeros, que se relacionaba también con su ubicación, horario etc; sino que también incidían en la percepción del subterráneo en la parte de ambientación y experiencia del viaje, ya que algunos ciudadanos mencionaron que modificaban el espacio pero porque lo hacían más agradable. Es decir, que de alguna manera incurrieran dentro de la cotidianidad del viaje, del ir y venir del hogar, al trabajo, etc. Este hecho se ve más patente con el Festival de Jazz que surge como una propuesta que se origina en los usuarios que proponen realizar esta actividad dentro del subterráneo. El cambio aquí ya no se observa en la circulación debido a que se toman todas las previsiones para que esto no suceda, sino que se produce en este sentido es una resignificación del espacio, ya no es solo un lugar de tránsito sino que es un lugar cultural, un lugar donde suceden eventos culturales como cualquier otro de la ciudad.

Esta indexicalidad de los espacios es un fenómeno inherente a las actividades sociales, el arraigo a los lugares y la apropiación de los mismos. Implica que los espacios son vulnerables, no son objetos estáticos, ya que involucran dinamismo, en la medida en que están inmersos en la urbe, en la heterogeneidad social y cultural que involucra la ciudad. Estas actividades modifican el diseño de modo en que lo hacen partícipe en la construcción de argumentos sobre lo social y lo cultural, sobre la vida cotidiana y lo urbano, para incidir a través de ellos en la acción práctica de los sujetos y las

instituciones.

A continuación, el último eje tratado dentro de esta investigación fue el de las actividades comerciales informales dentro del subterráneo. A diferencia de las demás actividades de apropiación, la respuesta de los ciudadanos entrevistados fue casi en su totalidad negativa, debido a su función comercial, su ubicación, la apropiación del espacio más tangible, y que de algún modo el pasajero no ve ganancia o gratificación alguna con esta actividad, a diferencia de los artistas. Está el ya mencionado hecho de la incomodidad de la apropiación de espacio por parte de estas personas, también se debe a la relación de estas actividades con el descuido y que los usuarios consideran que contribuye al desaseo que se observa en el lugar. También está el hecho de la incomodidad no solo del espacio para transitar sino la insistencia en la venta.

Este aspecto se relación también con otros elementos mencionados por los entrevistados, que aunque no fueron ejes centrales dentro de la investigación, si fueron referidos recurrentemente, como por ejemplos las tiendas y kioscos dentro de los andenes, que tampoco fueron señalados como positivos y que además ocupaban espacio, así como también la publicidad señalada como abundante y persistente en dicho lugar.

Se podría decir que este espacio es una suma de elementos que adicionalmente a las actividades de apropiación del espacio, el contexto histórico, económico y social, obteniéndose un conglomerado de factores que se participan dentro del imaginario urbano del lugar. Fueron muchos los aspectos señalados y muchos también los observados, que hacen de este espacio un fenómeno complejo que es difícil de asir por separado. De esta manera, por las características particulares del subterráneo, se presenta la imposibilidad de trascender o generalizar los contenidos de un fenómeno social estudiado, debido a la particularidad de los mismos en tanto construidos en un contexto sociohistórico específico.

Es menester señalar la importancia que representa dentro del diseño el aporte de los imaginarios, la apropiación del espacio y los aportes de la psicología ambiental y socioconstruccionista debido a que son contribuciones que parten de la voz del sujeto, del que observa y percibe, del que media la comunicación y que es el destino de dicha comunicación, de tomar en cuenta esta interacción así como todos los elementos históricos, culturales y sociales involucrados en los espacios, instituciones, ciudades, etc. Este punto se ve nutrido por la transdisciplinaridad en que deben estar inmersas las ciencias sociales de modo de captar los procesos y fenómenos, que aunque resulte imposible en su totalidad, si se logre una perspectiva y un enriquecimiento epistemológico que permita involucrar a los ciudadanos y sus necesidades.

Más allá de su importancia como medio de transporte y su carácter de servicio urbano, se observa al subterráneo de Buenos Aires como un espacio disímil entre la ciudad. Resulta interesante su historia y diferencias dentro del mismo sistema y las opiniones diversas que tiene el ciudadano común sobre este espacio, de por sí con diferentes características a las de la ciudad en la superficie (subterráneo, de tránsito, con pocos espacios para el estar mas allá de la espera), sugiera opiniones y consideraciones encontradas. Es inevitable el considerar tantas voces diferentes que integran este sistema, y con tantas cosas diferentes por decir.

Finalmente, es necesario sugerir algunas recomendaciones que podrían ampliar el presente trabajo. En primer lugar se parte de la idea de que los hallazgos no se muestran acabados desde el momento en el que se asume que la pretensión no fue hacer un cuerpo teórico generalizable a todas las actividades de apropiación del espacio e imaginarios urbanos, sino colocar sobre la mesa algunas características propias de lo que se encuentra en el subterráneo en la actualidad, a través de algunos ciudadanos entrevistados y actividades. Además, es importante señalar que, hacer visibles a estas

personas involucradas de alguna manera con el subterráneo, resulta conveniente puesto que es un tema y una manifestación emergente que a nivel epistemológico constituye un aporte significativo a las ciencias sociales.

En este sentido, uno de los aportes futuros podría estar representado en la inclusión de un estudio que involucre otras actividades u otras formas de apropiación del espacio dentro del subterráneo y su incidencia en el diseño y en el imaginario urbano. Se recomienda además, que el estudio de estas actividades puede ampliarse de manera significativa al acceder a otros protagonistas dentro de este fenómeno como parte de la institución Metrovías y de SubteVive como manera de expandir las fronteras de las personas e instituciones que intervienen en dicho lugar, y que seguramente tienen opiniones diversas e información diferente a la tratada en esta investigación.

Por otra parte, queda como punto inacabado la consideración de la voz de los protagonistas de estas actividades de apropiación del espacio, por qué estos espacio y no otros, qué ofrecen, qué representa para ellos; como un aporte al estudio de posibles grupos y cómo es su vivencia y experiencia dentro del subterráneo y conocer las posibles razones de realizar estas actividades, y sus opiniones en relación a la aceptación o rechazo de las instituciones y los ciudadanos.

Bibliografía General

- Abreu, I. (2003). El graffiti en la V República Venezolana. Estudio del graffiti sobre asuntos públicos, *Revista Latina de Comunicación Social*, 55, 12-15
- Augé, M. (1987). *El viajero subterráneo*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Augé, M. (1996). *El sentido de los otros*. Buenos Aires: Paidós
- Augé, M. (1998) *Los no lugares: Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Anguera, M. (1978). *Metodología de la observación en las Ciencias Sociales*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Ávila, F. (2007). El concepto de poder en Michael Foucault. *A parte Rei Revista de Filosofía* 53 p. 25
- Bellon, E y Cornejo, I. (2001). Prácticas culturales de apropiación simbólica en el Centro Comercial Santa Fe. *Convergencia*. Enero-Abril 2001 p. 2
- Berger, P y Luckman, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrourt.
- Borja, J. (1998). Ciudadanía y Espacio público. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*. No. 12
- Borja, J. y Castells, M. (2001). *Ciudad Multicultural*. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*. No. 12
- Caivano, J (2005). Semiótica, cognición y comunicación visual: los signos básicos que construyen lo visible. *Semiótica de lo visual*. 13, p.p 113 – 135

- Cárcamo, H (2005). Hermenéutica y análisis cualitativo. *Cinta de Moebio*. Universidad de Chile, 23, p.p 5
- Cámara, D; Iacono, V y Ladera G. (2008) Las nuevas socialidades postmodernas: una aproximación a las tribus urbanas graffiteras. *Psicología UCV*, 27, 32-35.
- Carpintero, C. (2007). *Sistemas de identidad*. Buenos Aires: Argonauta.
- Chaves, N. (2008). *La imagen corporativa*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Chaves, N y Bellucia, R. (2008). *La marca corporativa*. Buenos Aires: Paidós
- Dader, J. (1992). *El periodista en el espacio público*. Madrid: Bosc
- Davidson, D. (1992). *El mito de lo subjetivo. Mente, mundo y acción*. Madrid: Paidós
- Delgado, M (2000) *Los procesos de apropiación del espacio público*. Recopilado por Provansal, D. *Espacio y territorio: miradas antropológicas*. Barcelona: Ediciones Universitat Barcelona.
- DIB (2005). *El rediseño del "Subte" de Buenos Aires*. Recuperado el 4 de octubre de 2010 de: <http://www.disenoiberoamericano.com/node/92>
- Di Meo, G y Buleon, P (2005). . L'espace social: lecture géographique des sociétés. En Lindón, A (2007) *Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales*. *Revista Eure XXXIII*, 99, 31-46.
- Echevarría, M. (1995). *Creatividad y Comunicación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Eco, U (1970). *Semiología de los mensajes visuales*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.

- Escobar, A., Álvarez, S y Dagnino, E. (2001). *Política cultural & cultura política*. Buenos Aires: Taurus.
- Entrikin, J. N. (1991). *The betweenness of place: towards a geography of modernit*. En Lindón, A (2007) Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure XXXIII*, 99, 31-46.
- Fernández Christlieb, P. (2005). Aprioris para una Psicología de la cultura. *Athenea Digital*, 1, pp. 1-15.
- Fornasari, L. (1994), *Didáctica de la imagen*. Zaragoza: Editorial Latina.
- Foucault, M (1994). *La microfísica del poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Foucault, M. (2001). *Un dialogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- Gadamer, H (2000) *El problema de la conciencia histórica*. Madrid: Tecnos
- García Canclini, N (1992). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- García Canclini, N (1999). *Imaginarios urbanos*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Garduño, G y Zúñiga, M. (2005). La semiótica de Lotman en la caracterización conceptual y metodológica de la organización como cultura. *Convergencia*, 12, 39, p. 217-236
- Giraldo, F. (1996). *Pensar la Ciudad*. Bogotá: TM editores Cenac. Fedevivienda
- Gergen, K. (1973) Social psychology as history. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 309-320.

- Gergen, K. (1985). The social constructionist movement in modern psychology, *American Psychologist*, 40, 266-275.
- Gómez, L. (2003). *Procesos de subjetivación y movimiento feminista. Una aproximación política al análisis psicosocial de la identidad contemporánea*. Madrid: UAB.
- Gorelik, A (2004). Imaginarios urbanos e imaginación urbana. Para un recorrido por los lugares comunes de los estudios culturales urbanos. En: *Miradas sobre Buenos Aires, historia cultural y crítica urbana*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Habermas, J. (1988). *La lógica de las ciencias sociales*. Barcelona: Tecnos
- Ibáñez, T. (1994). *La Psicología Social Construccionalista*, Mexico D.F: Universidad de Guadalajara.
- INDEC (2011). *Censo nacional de población, hogar y vivienda en la Argentina. Tamaño y ritmo de crecimiento de la población por provincia. Total del país. Años 1970, 1980, 1991, 2001 y 2010*. Recuperado el 2 de octubre de 2011 de: <http://www.indec.gov.ar/>
- Iñiguez, L. (2001). Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual. En Crespo, E y Soldevilla C. (Eds.) (2001). *La constitución social de la subjetividad*. Madrid: Catarata.
- Joseph, I. (1999). *Retomar la ciudad. El espacio público como lugar de la acción*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Krippendorff, K. (1991). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Ley, D. (1978). Geografía social y acción social. En Lindon, A (2007) Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure* XXXIII, 99, 31-46.

Lindón, A (2007) Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure* XXXIII, 99, 31-46.

Lotman, Y. (1996). *Cultura y Explosión*. Madrid: Gedisa

Lozano, J. (1995). *La semiósfera y la teoría de la cultura*. En *Revista de Occidente*, 12, p. 39.

Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus*. España: Icaria

Margolin, V (1989) *The idea of desing*. En Tapia, A (2005). El diseño gráfico en el espacio social. Buenos Aires: Nobuko

Mariño, M. (2006). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En Cámara, D; Iacono, V y Ladera G. (2008) Las nuevas socialidades postmodernas: una aproximación a las tribus urbanas graffiteras. *Psicología UCV*, 27, 32-35.

Mato, D. (2004). *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización. Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización: Lineamientos generales y categorías clave de mi línea de investigación*. En: en el libro: Costa, M y Bujes, M. (2004) caminhos Investigativos - riscos e possibilidades de pesquisar nas fronteiras. Rio de Janeiro: Dp&A

- Mato, D. (2005). *Des-fetichizar la "globalización": basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones; mostrar la complejidad y las prácticas de los actores*. En: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas, CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Mazzilli, R (1996). *Graffiti: las voces de la calle. Comunicación y vida cotidiana desde un enfoque psicosocial*. Caracas: Editorial UCV
- Menín, F y Cedrá, M (2006). *Las privatizaciones en la Argentina de los '90. De Obras Sanitarias de la Nación a Aguas Argentinas S.A.: ¿Un Servicio Público al servicio del mercado?*. Buenos Aires: Centro Argentino de Estudios Internacionales
- Milgram, S y Sabini, J. (1978) On maintaining social norms: a field experiment in the subway. *Advances in Environmental Psychology*; 1: 31-40.
- Muñoz, D. (2006) *Graffiti, un mensaje prohibido*. Tesis de Grado, Universidad Central de Venezuela, Caracas
- Olabuénaga, J, e Ispizua, M. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana: Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ollins, W. (1991). *Identidad Corporativa*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Pol, E y Vidal, T. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36, 3, 281-297.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma. Reguillo, R. (2000). La construcción social del miedo: narrativas y

- prácticas urbanas. En S. Rotker *Ciudadanías del Miedo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Reguillo, R. (2005). Ciudad y comunicación: densidades, ejes y niveles. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Felafacs (42)
- Sá, R. (2002). *La juventud y el simbolismo de la música Mangubeat: Valores y postmodernidad* [Versión electrónica]. Recuperado el 15 de diciembre del 2009 de: <http://www.tdx.cesca.es/>
- Salud, C. (2007). *Las trabajadoras del subte protagonistas de cambios*. Buenos Aires: Desde el Subte.
- Silva, A. (1992). *Imaginario Urbano: Cultura y Comunicación Urbana en América Latina*. Colombia, Bogotá: Tercer mundo editores.
- Silva, A. (2006). *Imaginario urbano*. Bogotá: Arango Editores
- Satué, E (1992) *El diseño gráfico*. Barcelona: Alianza Forma
- Shakespeare, R. (2009). *Señal de diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito
- Tapia, A (2005). *El diseño grafico en el espacio social*. Buenos Aires: Nobuko
- Terán, F. (1982). *El problema urbano*. España: Salvat
- Tuan, Y. (1977). *Space and place: the perspective of experience*. En Lindón, A (2007) Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure XXXIII*, 99, 31-46.
- Varela, F. J. (2006). *Conocer las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas*. *Cartografía de las ideas actuales*. Barcelona: Gedisa

- Valera, S. y Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. *Anuario de Psicología*, 62, 5-24.
- Valera, S. (1997). Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social. *Revista de Psicología Social*, 12, 17-30.
- Valenzuela, J. (1997). Culturas juveniles. Identidades transitorias. Un mosaico para armar en *Revista de Estudios sobre Juventud*, Año 1, N° 3.
- Wolke, L. (2010). *Iluminando el Subte*. Recuperado el 3 de noviembre de 2010 de: <http://www.pysnnoticias.com/2010/06/20/disenio-iluminando-el-subte/>
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. México D.F: Edisa
- Zunino, D (2005). *Cortázar y los subtes. Juego de espacios y tiempos en los subterráneos de Buenos Aires*. Recuperado el 10 de octubre de 2011 de: <http://www.bifurcaciones.cl/002/Zunino.htm>