



Una pegatina eterna. La apropiación en el afiche artístico contemporáneo
Daniela Belén Leoni, Paola Belén
Arte e Investigación (N.º 19), e066, mayo 2021. ISSN 2469-1488
<https://doi.org/10.24215/24691488e066>
<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/aei>
Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata
La Plata. Buenos Aires. Argentina

UNA PEGATINA ETERNA LA APROPIACIÓN EN EL AFICHE ARTÍSTICO CONTEMPORÁNEO

AN ETERNAL STICKER

APPROPRIATION IN CONTEMPORANEOUS ARTISTIC POSTER

DANIELA BELÉN LEONI / leonidaniela@hotmail.com

PAOLA BELÉN / pbelen81@hotmail.com

Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano.

Facultad de Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido: 23/1/2021 | Aceptado: 4/4/2021

RESUMEN

En el siguiente artículo nos proponemos indagar sobre el modo en que la práctica artística se apropia del dispositivo afiche y pone en juego su dimensión semiótica y relacional, analizando los procedimientos materiales y retóricos de reelaboración y relocalización implicados en la producción. Asimismo, se profundizará en las transformaciones técnicas, sociales y culturales que favorecieron tal desarrollo. Se considerará, para ello, el caso de la pegatina impulsada por el colectivo Ilusión Gráfica en homenaje al artista Juan Carlos Romero, el 4 de noviembre de 2017 en el marco de la 4.º edición del Festival de Gráfica Contemporánea Presión, celebrado en el centro cultural platense Azul un Ala.

PALABRAS CLAVE

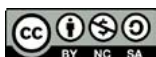
Afiche; pegatina; apropiación; postproducción

ABSTRACT

In this paper we explore the way in which artists appropriate the poster device and put its semiotic and relational dimension in motion, also analyzing the material and rhetorical procedures of reinterpretation and relocalization involved in its production. Likewise, the technical, social and cultural transformations that have favored such development will be explored. For this, we will consider a paste-up installation promoted by the collective Ilusión Gráfica in tribute to the artist Juan Carlos Romero, on November 4th 2017, in the context of the 4th edition of the Contemporary Graphic Festival Presión, held in the cultural center Azul un Ala, in La Plata.

KEYWORDS

Poster; paste-up; appropriation; postproduction



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Attribution-
NoComercial-CompartirIgual 4.0
Internacional

ARTÍCULOS

En un ensayo sobre el advenimiento y la historia del cartel moderno, Susan Sontag (1970) enuncia que «el valor de un afiche reside primero en la “seducción” y solo después en la información» (p. 3), haciendo referencia al modo en que se orquestaron en sus inicios las lógicas de producción y circulación de los afiches a fines del siglo XIX. Si bien es posible considerar el enunciado de Sontag como vigente en la actualidad, lejos quedó el contexto que dio lugar a la formación de tales características.

El capitalismo industrial moderno, cuna de la producción masiva de manufacturas de consumo cotidiano, mutó durante el siglo XX a un capitalismo financiero, especulador y descentralizado, pero que implicaba a todas las regiones del mundo en un proceso de globalización extensivo e intensivo. La existencia del espacio público, novedad en el tiempo de la *belle époque* francesa y consolidado con la modernidad política, se encuentra hoy en día frente al desafío de la intersección de las esferas de lo público, lo privado y lo íntimo, batallando entre la hipervigilancia estatal y empresarial y la hipervisualización de la vida y las relaciones intersubjetivas. En este marco, la noción del público como individuos consumidores y espectadores, surgida con la segunda Revolución Industrial, da paso a la diversificación de lo que se comprende como público, a la emergencia de categorías tales como usuario-espectador o *prosumidor*, y al desarrollo de experiencias participativas e interactivas en la producción de contenidos visuales, audiovisuales y multimediales.

Tales transformaciones de las condiciones históricas dejaron su impronta en los modos en que las ideas en torno a la estética y la información se comprenden individualmente, así como las diferentes formas en que se articulan en los carteles contemporáneos, ya sean afiches o nuevas versiones de los mismos en espacios y plataformas virtuales. Asimismo, estos cambios repercutieron en el ámbito de la producción artística del afiche y en la apertura de otras facetas de su potencialidad poética como dispositivo de visualización.

Así, a lo largo del presente artículo, nos proponemos indagar sobre la manera en que la práctica artística se apropia del dispositivo afiche y pone en juego su dimensión semiótica y relacional, comprendiendo las transformaciones del entorno social y las características de su recepción en la vida cotidiana contemporánea. Para ello se tomará como caso de estudio una pegatina impulsada por el colectivo artístico Ilusión Gráfica, desarrollada durante la 4.º edición del Festival de Gráfica Contemporánea Presión, en noviembre de 2017, en la ciudad bonaerense de La Plata. Se espera, entonces, analizar las formas procedimentales, materiales y retóricas implicadas en la producción del afiche artístico contemporáneo y las circunstancias que favorecieron su desarrollo, así como sus particularidades en las instancias de circulación y recepción de tales experiencias gráficas en la vía pública urbana.¹

BELLEZA E INFORMACIÓN 2.0

«Este mundo es exageradamente bello» anuncia el filósofo francés Yves Michaud (2007, p. 9) aventurando la visión de sus ensayos sobre el triunfo de la estética en el tiempo contemporáneo. Bellas son las superficies de la vida cotidiana, materiales y digitales. Exquisitamente curadas son las fotografías expuestas en las redes sociales, las *playlists* de música compiladas por sofisticados algoritmos y las prendas de vestir *vintage* que se ofrecen como alternativas *eco-friendly* a la industria del *fast-fashion*, que a su vez cuenta con succulentas dosis de belleza agregada.

Bellos también se los consideraba a los afiches a finales del siglo XIX y principios del XX. Con la firma de reconocidos artistas como Henri Toulouse-Lautrec o Alphonse Mucha, las cromolitografías llegaron a ser delicadamente despegadas de las carteleras por aficionados y coleccionistas, en la búsqueda de poseer una pieza del arte nuevo que pintaba las calles de museo. Tal fenómeno puede comprenderse como uno de los primeros síntomas del descentramiento del arte tradicional como campo privilegiado en la producción y circulación de las imágenes estéticas (Jiménez, 2006). Primero llevados a cabo por artistas e ilustradores y luego ya en manos de los diseñadores, los afiches se hermanaron con la publicidad, la propaganda política y los medios masivos de comunicación para adaptarse y sobrevivir a las profundas transformaciones tecnológicas y sociales del siglo XX, sin perder por ello su cuota de belleza.

Así, si bien se pueden rastrear los inicios de la estetización difusa y constante de la vida cotidiana en los últimos años del siglo XIX, pareciera que la burbuja de la información explotó hace poco más de tres décadas. Sin embargo, es posible conectar los puntos dispersos en la historia para formar una estructura evolutiva de las vías en que la información corre por los medios de comunicación, comenzando por los avances de la prensa y la industria editorial en el siglo XVIII para culminar con las plataformas digitales y la producción transmedia actual (Scolari, 2019). En la contemporaneidad mediática, entonces, la información aparenta viajar de un punto a otro del globo en tiempo real, migrando de un formato a otro, moldeándose para entrar en papeles de distintos gramajes y, sobre todo, en pantallas de diferentes pulgadas. Así las cosas, la disponibilidad y la reproducción inmediata de información se convirtieron en poco tiempo en un cántaro inagotable de datos equívocos o imprecisos, fuentes desconocidas e ideologías disfrazadas de objetividad, capaces de desorientar a navegantes distraídos y agitar

1 Este texto se inscribe en una investigación en curso realizada en el marco del sistema de Becas de Estímulo a las Vocaciones Científicas (EVC-CIN). Proyecto: «Afiche y experiencia estética. Devenir del dispositivo y su reapropiación en el arte gráfico contemporáneo». Becaria: Daniela Leoni. Directora: Paola Belén. La beca se enmarca, además, en el proyecto de investigación B358 «Fundamentos estéticos y su inclusión en los Planes de Estudio de las carreras universitarias de Artes» dirigido por Silvia García.

ARTÍCULOS

los flujos de hechos y narrativas a favor del poder. Aun a pesar de los severos filtros implementados —a veces ignorados por los mismos usuarios— y el escrutinio consciente de los mensajes, la *infoxicación* avanza a un ritmo acelerado en detrimento del juicio crítico y sopesado. La sobrecarga informativa adormece gradualmente los sentidos, naturaliza el exceso de estímulos que nos rodea y neutraliza las potenciales amenazas al orden social hegemónico e imperante antes de su difusión.

De todas maneras, ninguna estructura, por más extensiva y hermética que se presente, es infalible. Focos de resistencia cultural emergen y se multiplican dentro de todas las comunidades, desviando y reutilizando los materiales y las herramientas disponibles en el mercado contemporáneo de signos y tecnologías. Hace unas décadas, el ensayista José Jiménez (1986) expresaba al respecto:

En el fragor estético, en el «ruido» redundante en que viene envuelto el proceso de transmisión de cultura en nuestro mundo, el perfil que se destaca es el de una imagen humana fragmentaria y asediada. Pero insisto: en el universo de la redundancia informativa, las fugas hacia la capacidad de selección y de crítica son en muchos casos incontrolables por el propio sistema (p. 231).

En este panorama, la práctica artística afronta nuevos desafíos. Desplazado de su papel institucional como único productor y distribuidor de imágenes estéticas, terminadas ya las búsquedas vanguardistas y las investigaciones filosóficas del siglo xx, y luego de los numerosos anuncios de su muerte, el arte ha de redefinirse en la contemporaneidad asumiendo las mencionadas condiciones y transformaciones del contexto global. Un camino posible puede ser aquel criticado por la artista y filósofa alemana Hito Steyerl (2014), por el cual el arte contemporáneo se propone como respuesta a la compleja y fría pregunta de cómo embellecer el capitalismo, maquillando un rostro amable a las lógicas comerciales y las desigualdades sociales. En las antípodas de tal premisa, un arte comprometido con el desarrollo de una actitud crítica ante las problemáticas actuales, a favor de un pensamiento divergente y reflexivo que se abra a las posibilidades, y reniegue del cinismo y la apatía individualista. En consonancia con estos lineamientos, Jiménez (2006) aventura: «El arte tendrá que integrarse y competir con la esfera de la comunicación y el consumo, aproximarse a las nuevas formas de vida, para así poder cumplir con su mandato social, con su destino público» (p. 208).

En efecto, novedosos modos de producción metafórica y construcción de la experiencia artística comenzaron a ser puestos en práctica en las últimas décadas por artistas de distintas disciplinas y, de esta manera, posibilitaron la relectura de eventos y manifestaciones culturales, así como el intercambio de sentidos entre sujetos y comunidades.

HABITAR LAS FORMAS

A la luz de las transformaciones ocurridas, el arte se revela, entonces, como «una actividad que consiste en producir relaciones con el mundo con la ayuda de signos, formas, gestos u objetos» (Bourriaud, 2017, p. 135). Cabe destacar que esta concepción no se aplica únicamente a las producciones que presentan entre sus materiales imágenes arrebatadas de los medios masivos y la industria del entretenimiento o a aquellas que se construyen a partir de la edición digital o la interacción con los espectadores, sino que abraza a toda la práctica artística contemporánea. En tal sentido, es posible observar cómo, en la actual producción de afiches artísticos, también se desarrollan novedosos entramados de conexiones que involucran figuras, textos y contextos de visualización. El trabajo del colectivo artístico Ilusión Gráfica se alinea con tal modo de hacer, recolectando e hilvanando signos diversos dentro del escenario de grandes pegatinas de afiches tipográficos. En sus obras se proponen reencuadrar las conversaciones y problemáticas sociales que interpelan y movilizan tanto a los artistas como al público, para fundar nuevos espacios que resignifiquen las voces y palabras que los rodean. En tal sentido, es usual que el colectivo platense lleve adelante su producción en torno y durante conmemoraciones, movilizaciones sociales, celebraciones o eventos culturales de distintas índoles.

Así, entre las intervenciones artísticas en la vía pública, impulsadas por Ilusión Gráfica, se puede destacar aquella elaborada en homenaje al artista conceptual Juan Carlos Romero, quien empleó y popularizó la técnica de impresión de tipos móviles en múltiples de sus obras e instalaciones. Esta acción tuvo lugar el día 4 de noviembre del año 2017 en el marco de la 4.º edición del Festival de Gráfica Contemporánea Presión, celebrado en el centro cultural platense Azul un Ala. Este encuentro culminó con el empapelado de un portón con afiches amarillos que versaban «J. C. Romero, *Aeternus*, 1931-2017» junto a grandes «X» rojas y la frase «Morir no es ausencia sino hacer nacer una nueva presencia, E.A.V.», cita perteneciente al reconocido artista Edgardo Antonio Vigo [Figura 1].

En esta obra de Ilusión Gráfica se conjugan diferentes procedimientos de producción que involucran la apropiación, reelaboración y relocalización de formas y signos preexistentes.

En primer lugar, y antes de concentrarse en los textos retomados dentro de la pegatina, es preciso indagar sobre el trabajo diferencial que la práctica artística plantea con respecto al afiche como dispositivo de visualización, comprendiendo los vínculos que el mismo mantiene tanto con la historia del arte como con el contexto urbano actual. De esta manera, es posible concebir esta intervención del colectivo platense como el resultado de un procedimiento doble de apropiación.



Figura 1. Registro de la intervención de Ilusión Gráfica en un portón frente al centro cultural Azul un Ala, La Plata (2018). Fotografía de Ilusión Gráfica

Por un lado, se entiende el dispositivo afiche como configuración material y simbólica que orquesta con ciertas lógicas de relación intersubjetivas y que carga en su constitución con un particular devenir dentro del campo artístico. La decisión de Ilusión Gráfica de llevar a cabo sus impresiones siguiendo los mismos modos de composición que caracterizan la obra de Juan Carlos Romero no solo puede leerse como una cita directa al artista, una conmemoración en términos plásticos, sino, también, como una acción deliberada de habitar una estructura formal histórica. La apropiación, en este sentido, pasa por servirse del modo de representación de Romero y traerlo al presente con un nuevo fin. Se trata de ocupar formatos ya dados para activar otros recorridos por la historia de la cultura, compartir otras maneras de participar del espacio público y «[...] hallar un modo de inserción en los innumerables flujos de la producción» (Bourriaud, 2007, p. 13).

Por otro lado, hay que recordar las condiciones de producción y de circulación que acompañan la travesía del dispositivo afiche por fuera del ámbito del arte y su entramado con la estética y la información a lo largo del tiempo. Bajo este marco,

ARTÍCULOS

la apropiación del afiche como dispositivo artístico de visualización comporta la articulación crítica de sus múltiples dimensiones y preserva las características materiales asociadas a su fin como medio de comunicación, a la vez que se subvierten sus propósitos tradicionales. Es posible observar cómo Ilusión Gráfica se apodera del afiche como elemento del escenario visual contemporáneo y expande su horizonte de posibilidad más allá de las imágenes seductoras y los mensajes coercitivos. Como materialización de ciertos valores y visiones del mundo, el afiche se transforma en la práctica artística en un dispositivo ya no al servicio del consumo rápido y el espectáculo liviano, sino de la actividad reflexiva. Se desprende de los discursos transparentes y unívocos para darle voz a narraciones divergentes, abrirse a la complejidad de la vida cotidiana e invitar a la manipulación activa de las formas que sin consentimiento nos rodean. De este modo, se hace evidente cómo «el arte hace conscientes los escenarios colectivos y nos propone otros recorridos por la realidad, gracias a las mismas formas que materializan los relatos impuestos» (Bourriaud, 2007, p. 55).

En manos de Ilusión Gráfica, la pegatina se torna herramienta para la inauguración de un espacio singular que convive y se refuerza con las imágenes heterogéneas de la ciudad contemporánea. En la epidermis urbana, el afiche artístico es un gesto que se apropia de la historia pasada y del contexto circundante para habitar lo cotidiano y lo colectivo desde la paridad y el intercambio [Figura 2].



Figura 2. Registro del montaje de la pegatina de Ilusión Gráfica en un portón frente al centro cultural Azul un Ala, La Plata (2018). Fotografía de Leticia Barbeito

HILVANAR LOS SIGNOS

Comprendido el doble proceso de apropiación llevado a cabo por Ilusión Gráfica, queda entonces interiorizarse en los procedimientos de reelaboración y relocalización de los textos y símbolos que estructuran la pegatina.

Entre las formas y signos reconocibles en la intervención, es posible identificar el formato usual del epitafio, enlazado con la célebre cita de Edgardo Antonio Vigo y las grandes «X» rojas. Se vislumbra, así, como ninguno de los elementos mencionados es obra original del colectivo platense, sino que estos cuentan con una existencia previa a su encuentro y combinación en los afiches, así como también circulan de manera libre e independiente por los distintos medios y canales de información contemporáneos. Sin embargo, la pegatina sí se constituye como una producción original de Ilusión Gráfica, llevada adelante a través de la selección, recolección y disposición cuidada de los signos que la componen.

Como *semionautas*, término implementado por el crítico francés Nicolas Bourriaud (2007), los artistas contemporáneos realizan sus obras después de navegar por las tormentosas corrientes de las formas y producciones culturales y el tendido de redes capaces de vincular estas manifestaciones dispares. Bajo esta investidura, los y las artistas reunidos en Ilusión Gráfica se desenvuelven como orfebres del sentido, reelaborando e integrando textos de distintas fuentes para obtener una novedosa cadena de significaciones. La pegatina reseñada aparece como una compleja amalgama de elementos engarzados; fusión dócil, no obstante, que permite no solo la actual reinterpretación de sus eslabones, sino, también, su continuación e integración en posibles producciones futuras.

Asimismo, el hilo que atraviesa e hilvana todos los signos traza a su paso un intersticio acompasado e íntegro, circunscripto de la extensa espesura de imágenes, símbolos, logos y marcas que vela sobre la realidad contemporánea. Se confecciona un territorio organizado donde los elementos seleccionados se armonizan, se vinculan bajo un nuevo contexto, refugiados de la circulación errática y del palimpsesto informacional.

El emplazamiento de los afiches entonces invita a pensar en términos de *inscripción topológica* así como de instalación, ya que «[...] demuestra ser una determinada selección, una determinada concatenación de opciones, una determinada lógica de inclusiones y exclusiones» (Groys, 2009, s. p.). De esta manera, a partir de la organización y relocalización de los textos escogidos en su pegatina, Ilusión Gráfica propicia la apertura de un espacio finito, suspende el ritmo de distribución imperante de signos y formas para materializar maneras alternativas y particulares de vincularse con la producción cultural. Dentro de los confines de sus estampas, se instaura un orden que favorece la participación activa, la negociación de

tiempos, usos y sentidos, la revelación de significaciones que permanecían ocultas entre el ruido y la rutina.

De esta manera, los procedimientos de reelaboración y reterritorialización puestos en juego por Ilusión Gráfica, conjugados con las prácticas de apropiación, permiten el desarrollo de una perspectiva crítica frente al consumo indiferente de imágenes y mensajes. Los mismos ahondan en la dimensión semiótica y relacional del afiche al interpelar al espectador a llevar a cabo una revisión de su entorno con ojos atentos, a escudriñar los discursos que viajan junto a las formas y, así, asumir un papel activo en la construcción del sentido, tanto frente a las intervenciones artísticas en el espacio urbano como ante otras manifestaciones visuales de la cotidianeidad.

Asimismo, la acción de visibilizar las operaciones de postproducción dentro de la pegatina supone, por un lado, la búsqueda de reconocimiento por parte del público del potencial emancipador y transformador que reposa en cada estructura o texto y, por el otro, la intención de hacer extensiva la práctica de manipular y recombinar estos elementos, de manera que se acreciente el diálogo, la pluralidad de voces y la presencia de nuevas interpretaciones.

CONCLUSIONES FINALES

Al analizar el panorama contemporáneo de elaboración y distribución de imágenes estéticas es posible observar cómo a partir de que el arte fue desplazado como su principal productor, las mismas escaparon de talleres y museos para abrazar y envolver cada superficie que se cruzara por su ruta. El afiche puede leerse en la historia como el dispositivo que, desde el interior de la práctica artística, dio los primeros pasos hacia la estetización difusa de la vida cotidiana. Sin embargo, no abandonó por completo el territorio del área que le dio origen y habitó las aristas que articulan el arte con el diseño, la publicidad con la industria, la propaganda con la política, el poder con las masas. Genera tensiones dentro de los campos y resistencia ante propósitos restringidos y proyectos totalizadores. El trabajo de Ilusión Gráfica se presenta como ejemplo de tal accionar.

El colectivo platense no solo se apropia del dispositivo afiche consciente de las particularidades de sus dimensiones, sino que las potencia a través del diálogo entre modos de hacer, estructuras formales y signos culturales que fortalecen la apertura semántica. Al exponer las múltiples posibilidades que comporta el empleo del afiche y proponer nuevos protocolos de uso del patrimonio simbólico disponible, los y las artistas dan la pauta de que otro régimen de visualidad urbana es posible. En línea con tales ideas, Bourriaud (2007) enuncia:

Hoy existe una querrela de las representaciones que enfrenta al arte con la imagen oficial de la realidad, la que propaga el discurso publicitario, la que difunden los medios

masivos, la que organiza una ideología *ultralight* del consumo y la competencia social. En nuestra vida cotidiana, nos codeamos con ficciones, representaciones, formas que nutren un imaginario colectivo cuyos contenidos son dictados por el poder. El arte nos coloca en presencia de contraimágenes (p. 120).

De esta manera, la pegatina en homenaje a Juan Carlos Romero puede pensarse como un caso de *contraimagen*, ya que tanto desde sus procedimientos retórico-materiales como desde su emplazamiento público se interrumpe el flujo de manifestaciones que intencionalmente ocasionan la mirada rutinaria y apática del espectador. Se recupera así la actitud activa de los observadores. Se inventan desvíos que sortean las lógicas capitalistas de producción de mensajes descartables. Se habilita, al fin y al cabo, la difusión de discursos densos y polisémicos en contextos cotidianos, que usurpen de manera furtiva los espacios destinados las imágenes seductoras del poder y se enfrenten al avance acelerado de sus fabricaciones.

REFERENCIAS

- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora.
- Bourriaud, N. (2017). *Estética Relacional*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora.
- Groys, B. (2009). La topología del arte contemporáneo. *Esfera Pública*. Recuperado de <http://esferapublica.org/nfblog/la-topologia-del-arte-contemporaneo>
- Ilusión Gráfica. (2017). *La vida es* [Registro fotográfico]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BbFjs3UjDwX/>
- Jiménez, J. (1986). *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*. Madrid, España: Tecnos.
- Jiménez, J. (2006). *Teoría del arte*. Madrid, España: Tecnos.
- Michaud, Y. (2007). *El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo de la Estética*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica
- Scolari, C. A. (2019). *Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: La Marca Editora.
- Sontag, S. (1970). El Afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía. En AA. VV., *Fundamentos del Diseño Gráfico* (pp. 239-265). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Caja Negra.