

# **AFICHE: APROPIACIÓN DEL DISPOSITIVO Y EXPERIENCIA ESTÉTICA**

***Daniela Belén Leoni (IPEAL/FdA/UNLP)***

*danielabelenleoni@gmail.com*

## **RESUMEN**

La presente investigación se desarrolló en el marco de las Becas a las Vocaciones Científicas dadas por el Consejo Interuniversitario Nacional (EVC-CiN 2019) con la dirección de Paola Belén. El trabajo indaga en el recorrido histórico del afiche en tanto dispositivo moderno de visualización, desde su surgimiento en un territorio interdisciplinar a su reapropiación por artistas gráficos contemporáneos, focalizando en los aspectos de la experiencia estética que hacen del afiche una obra de arte. Se delimitaron como casos de estudio dos pegatinas llevadas a cabo en la ciudad de La Plata por el colectivo Ilusión Gráfica. La primera tuvo lugar en noviembre de 2017, durante el 4° Festival de Gráfica Contemporánea «Presión», y la segunda en junio y julio de 2018, durante la exposición «Un museo como novela eterna» en el Centro de Arte Universitario de la UNLP.

## **PALABRAS CLAVE**

Afiche - arte gráfico - dispositivo - experiencia estética – apropiación

La siguiente investigación lleva como título del plan de trabajo «*Afiche y experiencia estética. Devenir del dispositivo y su reappropriación en el arte gráfico contemporáneo*» y se desarrolló en el contexto de las Becas a las Vocaciones Científicas dadas por el Consejo Interuniversitario Nacional (EVC-CiN) durante el año 2019 y principios del 2020. Con la dirección de Paola Sabrina Belén, la investigación se radicó en el Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano (IPEAL), y se insertó en el proyecto «*Fundamentos estéticos y su inclusión en los Planes de Estudio de las carreras universitarias de Artes (B358)*», dirigido por Silvia García.

El objetivo general de este trabajo se basó en analizar el afiche como un dispositivo artístico de visualización que, configurado en un territorio fronterizo donde se encuentran y se sobreponen el campo del arte y el de la publicidad, el de la comunicación y los medios, tensiona y subvierte las categorías establecidas por la Estética tradicional moderna. Para ello, se seleccionaron una serie de afiches tipográficos realizados por la imprenta platense Ilusión Gráfica. Se abordaron así dos pegatinas realizadas en la ciudad de La Plata, una en noviembre de 2017, en homenaje al artista Juan Carlos Romero durante el Festival de Gráfica Contemporánea «Presión», y la otra, producida en junio y julio de 2018 en el edificio del Centro de Arte de la UNLP, en el marco de la muestra «Un museo como novela eterna».

Con el desarrollo de la presente investigación, se buscó sistematizar y ampliar el corpus teórico y de imágenes desde el cual se abordan en las clases de «Fundamentos estéticos/Estética» cuestiones interrelacionadas tales como: imagen única/imagen múltiple, la transformación de la producción y circulación de imágenes, y el descentramiento del arte como espacio exclusivo de circulación de imágenes ante la cultura visual y la estetización de la existencia.

Dos hipótesis fueron formuladas como guías para el proceso de investigación. Por un lado, se postuló que, frente a la globalización comunicativa y el desarrollo creciente de una estetización difusa y englobante, el afiche en tanto dispositivo artístico supone un trabajo diferencial con la imagen y el texto. Por otra parte, este trabajo se propuso comprobar que el afiche en tanto obra de arte no se reduce a la reproducción de la realidad ni se agota en la función comunicativa ni en desplegar un único sentido, sino que es poiesis, es decir conlleva una producción, autonomía, densificación y apertura de sentidos.

Con tales premisas en mente, se relevó material bibliográfico diverso y específico. La recolección y el análisis de textos, blogs, material fotográfico y artículos académicos tuvieron como ejes la construcción de la noción de dispositivo, así como la configuración de la historia del afiche artístico y su modo de producción contemporánea. A la luz de las definiciones teóricas establecidas se analizaron e interpretaron las experiencias mencionadas.

Para abordar tales manifestaciones es preciso comprender que las acciones llevadas adelante por los artistas contemporáneos en el espacio público proponen una compleja integración del ámbito urbano con las prácticas artísticas y la vida cotidiana. En lo que refiere a las experiencias mediante pegatinas, éstas poseen diferentes puntos comunes con otras producciones artísticas y estéticas que

habitan las superficies de la ciudad: fugacidad, iconicidad, competencia por el espacio y la atención, entre otros factores. Asimismo, los afiches también comportan su propia peculiaridad, determinada por el modo de producción, el tamaño, el emplazamiento y la relación que establecen con el entorno. Así, entre las manifestaciones visuales de la ciudad, el afiche se caracteriza particularmente por la reproducción masiva de copias, la interrelación de texto e imagen y el tamaño del pliego de papel (Barragán, 2015, p. 36).

Si analizamos su recorrido histórico, Susan Sontag (1970) sostiene que el afiche surge a finales del siglo XIX, ligado al contexto del capitalismo moderno, y vinculado, por un lado, al perfeccionamiento técnico de la reproducción de imágenes y, por el otro, a la conformación de una economía industrializada. Esta particular condición lo diferencia de los preexistentes anuncios públicos -asentados en una función meramente informativa- y lo posiciona dentro de una incipiente sociedad de consumo y cultura de masas; constituyéndose como el inicio de la publicidad gráfica. En tal sentido, la emergencia del afiche se encuentra ligada de manera intrínseca a condiciones históricas específicas -la consolidación del capitalismo industrial moderno, el surgimiento del espacio público, el público como consumidor-espectador-, factores que tuvieron una fuerte influencia y determinaron la conformación de las características materiales y simbólicas del dispositivo que en la actualidad aún se mantienen.

Pensar el afiche en tanto dispositivo de visualización reclama entonces establecer cruces y nexos con tal concepto. Para ello se empleó como el marco teórico principal la noción de dispositivo desarrollada por Jacques Aumont (1990) en tanto éste se conforma como una entidad compleja que, a su interior, conlleva cierta configuración material y semiótica. Se comprende que el mismo «regula la relación del espectador con sus imágenes en un cierto contexto simbólico» (1990, p. 202), conjugando múltiples dimensiones: espaciales, temporales, sociales. Así, el dispositivo comporta un ordenamiento de factores que se funda por medio de la interacción social e intersubjetiva -conteniendo y envolviendo tales prácticas sociales-, el cual plantea a su vez ciertos modos de vinculación y de construcción colectiva de significados (Meunier, 1999). En efecto, confluyen en el afiche una dimensión espacial, asociada a una manera singular de obrar el espacio urbano; una temporal, en tanto implica una renegociación permanente del tiempo de aprehensión; una relacional, un modo particular de vincularse con el mundo, y una semiótica, en tanto configura una instancia de formulación y apropiación de sentidos.

Así, comprender el afiche como dispositivo artístico conllevó el análisis de sus diversas dimensiones e indagar en su modo específico de organización material y construcción poética de sentido. A partir del estudio de las dimensiones del dispositivo se reconoció su modo de producción seriada, masiva, veloz y de función diversa del afiche -sea comercial, publicitaria, propagandística, artística, etc.-; la circulación temporaria y efímera; y la recepción pública, gratuita y comunitaria de las piezas gráficas en contextos urbanos. Estas particularidades expandieron y diversificaron las imágenes fuera o al límite de los círculos de producción y circulación artística, inaugurando un espacio mixto que

tensiona categorías tradicionales en torno a la originalidad, la temporalidad, la conservación, la autoría y los fines últimos de las producciones.

En la contemporaneidad, la apropiación del dispositivo afiche por parte de artistas y colectivos gráficos comporta procesos de edición, yuxtaposición, reinterpretación, y reexposición de formas y signos de la cultura visual, tramando nuevas relaciones entre elementos ya existentes (Bourriaud, 2007). De este modo, asentado en un territorio fronterizo entre el arte, la publicidad y el diseño, el afiche se propone como un dispositivo de visualización versátil y dinámico, capaz de incorporar, construir y transmitir múltiples significados posibles, sin modificar de manera radical la construcción material y el montaje que lo caracteriza.

Al indagar su devenir histórico y su organización material, se detectó cómo la dimensión semiótica-relacional del afiche se constituye como factor clave para la emergencia de su potencial transformador y disruptivo dentro de los contextos urbanos contemporáneos. Se concluyó que, a partir de sus producciones, Ilusión Gráfica se apropia del afiche en tanto dispositivo artístico de visualización y reconfigura su dimensión semiótica y relacional al proponer una apertura y densificación de sentidos, tensionando las funciones primigenias del afiche como medio de comunicación, y fragmentando el sentido unívoco y transparente de la publicidad y la propaganda gráfica. En este punto, se consideraron las ideas de Eduardo Grüner (2000) en torno al arte y la comunicación, así como la llegada de la contemporaneidad y las nuevas prácticas de apropiación y post-producción del arte (Bourriaud, 2007; Groys, 2009). De este modo, se analizó cómo las producciones del colectivo platense plantean un trabajo diferencial con el dispositivo afiche a partir de la apropiación, reconfiguración y relocalización de formas y signos de la cotidianidad contemporánea. Tales procedimientos de postproducción aplicados a la producción de obra artística dan lugar a la desnaturalización de los discursos que se suceden en el espacio público urbano. Se propicia así el desarrollo de una experiencia que desarticule la recepción pasiva e indiferente e irrumpa en el flujo de mensajes unívocos y formas estéticas cotidianas. Las experiencias de pegatinas llevadas a cabo por Ilusión Gráfica, entonces, dan lugar al trazado de nuevos cruces intertextuales y un trabajo diferencial, poético y semiótico, con la palabra y la imagen, interpelando al espectador a una recepción crítico-reflexiva y una apropiación crítica de imágenes y textos de la cotidianidad contemporánea.

A partir de su apropiación por la práctica artística, el afiche no se presenta como un dispositivo reproductor de mensajes prediseñados y hegemónicos, que hilvana discursos unívocos con imágenes transparentes y estetizadas como lo hacen las producciones gráficas con fines publicitarios o propagandísticos. En cambio, el afiche artístico comporta en sus instancias de producción una apropiación crítica, tanto del dispositivo en sí como de las materialidades, formas y los signos que lo componen. De esta manera, las producciones alojadas y diseminadas por los acervos de la historia artística y cultural, los medios masivos de comunicación, y las redes y plataformas virtuales se impregnan

de significados actuales en su puesta en diálogo y visualización desde el afiche, y se tejen novedosas tramas entre los sujetos, los contextos y las manifestaciones culturales. Asimismo, en sus instancias de circulación y recepción, el afiche interpela al espectador al desarrollo de una mirada crítica y activa, donde los sentidos de la experiencia no se encuentran pautados con anterioridad, sino que se abren a la interpretación, al diálogo y a la construcción constante del significado opaco en un intercambio doble con el espectador y el entorno. Las experiencias analizadas, entonces, se consolidan como *contraimágenes*, en tanto plantean disrupciones de aquellas narraciones y representaciones dictadas por el poder, reproducidas por la publicidad y los medios masivos, y destinadas a un consumo fácil y desechable de las producciones culturales (Bourriaud, 2007, p.120).

Durante el desarrollo de la investigación, las problemáticas que fueron surgiendo no estuvieron tan vinculadas al análisis de los casos seleccionados, sino que se presentaron en torno al trazado de un enfoque teórico interdisciplinario que permitiera abordar el objeto de estudio en toda su complejidad. En tal sentido, el principal interrogante que se planteó fue cómo construir una noción de dispositivo que fuese una herramienta flexible pero concisa capaz de ser empleada para analizar el afiche y sus múltiples dimensiones y aristas a lo largo de su historia.

Se comprendió que al poseer el afiche un origen localizado en un territorio de frontera entre disciplinas era necesario retomar los aportes generados por las diferentes prácticas y campos de conocimiento que colaboraron en su surgimiento y desarrollo. Esta decisión llevó a que se revisaran y se pusieran en diálogo textos teóricos ajenos al área especializada de la Estética y la Historia del Arte, provenientes de disciplinas como el Diseño en Comunicación Visual, las Teorías de la Comunicación –en especial aquellas que se avocan a la comunicación de masas–, la publicidad, entre otras. De esta manera, entre términos nuevos y conceptos poco conocidos, uno de los desafíos que se afrontaron a lo largo de la investigación fue cómo ajustar y articular las diferentes perspectivas recopiladas en torno al afiche para obtener un lente que otorgara una visión integral del mismo y sus diversas características.

De todas maneras, los problemas que se fueron presentando no alteraron en gran medida la planificación pautada al inicio de la beca y mucho pervivió de aquel plan original. Sin embargo, una modificación a destacar que experimentó el programa de investigación llegando a su etapa final, fue el considerar con mayor profundidad la experiencia estética desde el punto de vista del espectador y los procedimientos de apropiación que los mismos ponían en juego al estar frente al arte gráfico. Se hizo hincapié entonces en una descripción más extensa del contexto contemporáneo de circulación y recepción de imágenes, en especial en el espacio público urbano, así como sus efectos en la experiencia estética que el afiche como dispositivo artístico propone.

En tal sentido, durante esta instancia final, puede pensarse como que una experiencia fundante que permitió otra aproximación al tema de la investigación y los casos seleccionados fue la participación en el Taller de Tesis Colectivas Interdisciplinarias. Durante los dos encuentros que hicieron al taller, tuvo

lugar la planificación de otro proyecto de investigación y producción artística con el objetivo de comenzar a planear la tesis de grado para la Lic. en Historia de las Artes (OAV) junto a un tesista de la carrera de Lic. en Artes Plásticas (Orientación grabado y arte impreso), como continuación del trabajo ya emprendido en torno a la apropiación del afiche desde la práctica contemporánea. Tal experiencia llevó a que se produjera una revisión bibliográfica para la última etapa de la beca y se sumaran otras visiones sobre la circulación de las imágenes y su recepción en diferentes contextos, soportes y medios.

De este modo, si bien la presente investigación logró cumplir con los objetivos propuestos en el plan de trabajo de la beca, la misma no se da por concluida, sino que marca el inicio de un proyecto teórico mayor en torno a las prácticas y procedimientos contemporáneos de apropiación de imágenes, llevadas a cabo tanto por los artistas como por los públicos.

## REFERENCIAS

- Aumont, J. (1990). El papel del dispositivo. En *La Imagen*. Barcelona, España: Paidós
- Barragán, R. (2015). *PEGAME: un estudio sobre el sticker artístico*. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/51919>
- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo editora.
- Groys, B. (21 de julio de 2009). La topología del arte contemporáneo. *Esfera Pública*. Recuperado de: <http://esferapublica.org/nfblog/la-topologia-del-arte-contemporaneo>
- Grüner, E. (2000). El arte, o la otra comunicación. En *Argentina. 7º Bienal de La Habana* (pp. 1-3). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Meunier, JP. (1999). “Dispositivo y teorías de la comunicación: dos conceptos en relación de codeterminación”. Recuperado de <https://comycult.files.wordpress.com/2009/03/meunier.doc>
- Sontag, S. (1970). El Afiche: publicidad, arte, instrumento político, mercancía. En: AA. VV., *Fundamentos del Diseño Gráfico* (pp. 239-265). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.