

Trabajo de Graduación de la
Licenciatura en Historia de las Artes, orientación en Artes Visuales

Ladrón que roba a ladrón...

La apropiación de imágenes hegemónicas como procedimiento artístico, práctica cultural y táctica de legítima defensa

2023

Apellido y nombre: Leoni, Daniela Belén
DNI: 38.174.493
Leg: 736577
Tel: 291-4614162
E-mail: danielabelenleoni@gmail.com

ÍNDICE

- **Resumen**
- **Introducción. Los buenos artistas copian, los grandes artistas roban**
 - Problemática a investigar
 - Estado de la cuestión
 - Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación
 - Metodología

Capítulo 1. Vergüenza es robar y no llevar nada a casa

- Te hace falta *collage*. Apropiación como procedimiento artístico
- ¿Pobres imágenes o imágenes pobres? Apropiación como práctica cultural
- Robin Hood me hizo hacerlo. Apropiación como táctica de legítima defensa

Capítulo 2. Amigues de lo ajeno

- Juan Simón Arens: superar al maestro
- Manuel Urretabizkaya: ¿quién mutó a Bambi?
- Fátima Pecci Carou: en nombre de la luna y la justicia social

Cien años de perdón

- Conclusiones

- **Referencias (o botín cultural recolectado)**
- **Anexo (o botín visual apropiado)**

RESUMEN

La presente tesis pretende analizar el acto de apropiación de las imágenes hegemónicas que realizan lxs¹ artistas Juan Simón Arens, Manuel Urretabizkaya y Fátima Pecci Carou desde una doble dimensión: como procedimiento artístico contemporáneo y como práctica cultural de reelaboración de sentido. Se busca señalar el potencial disruptivo y transformador que conllevan estos modos de hacer dentro del régimen de visualidad dominante. Por ello, más que debatir el derecho de propiedad de las producciones de consumo masivo, esta tesis postula la apropiación como una táctica de legítima defensa frente al dominio y avance de las corporaciones productoras de imágenes en la cultura contemporánea.

INTRODUCCIÓN. Los buenos artistas copian, los grandes artistas roban

Si confiamos en las palabras de Steve Jobs, fue Pablo Picasso quien hilvanó este aforismo a favor de lxs artistas ladrones.² Y luego vino Banksy y se lo robó.

Sin víctimas ni daños materiales, estas especies de asaltos verbales o préstamos arrebatados de dichos varios se acumulan bajo el paraguas protector de las comillas o el parafraseo. ¿Pero qué sucede con las imágenes? En un mundo cada vez más orientado hacia la producción, la circulación y la recepción de mensajes y de formas visuales y audiovisuales como formato predilecto de intercambio, la capacidad de reutilizar o de adoptar estructuras ya conocidas queda a la deriva en un mar de incertidumbre, azotada por legislaciones desactualizadas y por preceptos anticuados sobre la originalidad y la creatividad. Lo que es aún peor, es que como marinerxs de este océano cultural estamos acostumbradxs a navegar en medio de un tsunami de logotipos, anuncios publicitarios, propagandas, marcas registradas, emojis, filtros animados, algoritmos personalizados, ventanas *pop-up* y un sinfín de manifestaciones elaboradas por corporaciones con fines puramente económicos. Bajo este clima huracanado, las fabricaciones de artistas, diseñadorxs, creadorxs de contenido y sujetos en general luchan por mantenerse a flote.

Esta tesis surge, entonces, ante la necesidad de improvisar un bote salvavidas. No pretende cambiar la dirección del viento a fuerza de pulmón, pero sí trazar una manera posible de

¹ En esta tesis se utilizará el «lenguaje inclusivo» a partir de la letra «x» de manera que se represente, desde el lenguaje, la diversidad de género de lxs artistas y autorxs mencionadxs, así como de quienes habitan esta casa de estudios y todo el territorio argentino, en consonancia con la Ley de Identidad de Género (Ley N°26.743) y el Decreto presidencial N°476/21.

² Para más información sobre esta cita, se recomienda leer la reseña de Quote Investigator, disponible en: <https://quoteinvestigator.com/2013/03/06/artists-steal/>

hacerle frente a las olas con los recursos disponibles. «Las herramientas del amo nunca desmontan la casa del amo» enunció Audre Lorde ([1984] 2003, p. 115) y, por ahora, estamos de acuerdo. Sin embargo, se puede volver a la práctica de la *perruque* y utilizar lo que la maquinaria empresarial y capitalista impone para llevar a buen puerto nuestros proyectos sin naufragar en el intento. Anclados en la cultura visual contemporánea, identificamos este accionar con la *apropiación*.

En la actualidad, un número cada vez mayor de manifestaciones artísticas se desarrollan a partir de procesos de edición, yuxtaposición, reinterpretación y reexposición de producciones ya existentes, provenientes tanto del campo artístico como de los medios de comunicación, el diseño gráfico y la industria del entretenimiento. Si bien este procedimiento se remonta a la presentación de los *ready-made* de Marcel Duchamp, y transita un amplio y sinuoso recorrido por los movimientos vanguardistas del siglo xx, hoy, tal manera de proceder, ya no se condice con las intenciones primigenias de explorar o fundar nuevos límites del arte, desdibujar las fronteras entre arte y vida, o tensionar los adustos preceptos de las disciplinas proyectuales y teóricas del quehacer artístico. Para lxs artistas contemporáneos, en cambio, el apropiacionismo se constituye como la posibilidad de hacer uso de materialidades, de formas y de signos que se hallan diseminados en los medios masivos, las plataformas virtuales y las superficies urbanas que los rodean; con la intención final de tejer novedosas tramas entre los sujetos y las producciones culturales.

Estas posibilidades se abordan en el apartado del capítulo 1 «Te hace falta *collage*», a partir de echar mano a las categorías de *postproducción* y de *comunismo formal* promulgadas por Nicolas Bourriaud (2017).

Mientras, bajo el subtítulo «¿Pobres imágenes o imágenes pobres?» se emprende la tarea de indagar en las prácticas culturales de reelaboración llevadas a cabo por los diferentes públicos y audiencias, siguiendo principalmente el pensamiento de Michel De Certeau (1986). Así, si bien desde las potencias hegemónicas productoras de imágenes se fomenta y se figura un consumidor ideal pasivo y dócil —con posibilidad de tornarse activo solo cuando se lo requiera y en tanto lo estipulado—, dentro del ámbito de la recepción, los grupos sociales llevan a cabo múltiples y heterogéneas acciones, adueñándose y habitando las formas que se les ofrecen. Esto permite tratar a la apropiación como un modo de hacer, una manera particular de valerse de las imágenes prefabricadas superando y hasta contradiciendo su función e intencionalidad original.

En un tercer apartado, llamado «Robin Hood me hizo hacerlo», se despliega el argumento de la apropiación como una táctica de legítima defensa ante la amenaza que representa para el derecho a la cultura la concentración de poder de las grandes corporaciones transnacionales en todas las instancias de la comunicación mediática; y el papel de lxs artistas en este panorama.

En el capítulo 2, «Amigues de lo ajeno», nos sumergimos en el análisis de cada uno de los casos de estudio desde esta doble dimensión establecida. Se comienza con la obra del artista platense Juan Simón Arens, *Guernica* (2020), que da lugar a reflexionar sobre cómo las producciones consagradas de la historia del arte y de la cultura de masas pueden ser conjugadas y habitadas desde la contemporaneidad. Luego, se continúa con la ilustración digital del diseñador Manuel Urretabizkaya, *Reivindico* (2020), que permite explorar el apropiacionismo como una desviación, como un *mal uso* de la cultura, en un procedimiento que es tanto formal como conceptual. Finalmente, se analiza la pintura de Fátima Pecci Carou, *Eva y Juan Domingo con caniche* (2020) para considerar la apropiación como el entrecruzamiento de imágenes populares, en el amplio sentido de la palabra, y el solapamiento de tiempos y espacios planteados en clave feminista —o *femininja*—. Por último, «Cien años de perdón» se aventura a replantear el debate más allá del territorio de lo moral, entre malos, buenos y mejores artistas de la usura visual; y virarlo hacia un escenario global. Porque si la tierra es de quienes la trabajan, tal vez las imágenes sean de quienes las navegan...

PROBLEMÁTICA A INVESTIGAR

Ladrón que roba a ladrón... se balancea en el vértice que aúna las múltiples aristas constitutivas del prisma de la apropiación de imágenes en el arte hoy. Si bien los debates ya no giran en torno a las ideas sobre la creatividad y la originalidad de estas obras, otras líneas argumentales continúan manteniendo viva la querrela que despertó el apropiacionismo, que ya acumula más de un siglo de conversaciones a su alrededor. En la actualidad, de la mano de la difusión y la democratización de los medios tecnológicos de producción visual y audiovisual, emergen interrogantes sobre el sentido contemporáneo de esta práctica; su intencionalidad y sus efectos en el campo artístico y en el ecosistema mediático; sus vínculos con los hábitos del consumo cultural globalizado; y los dilemas legales —y también morales— que arriban con la existencia de imágenes pluriparentales. Las disciplinas de la historia del arte, la sociología, los estudios culturales y los análisis de la recepción por parte de públicos y de audiencias han comenzado a dar posibles respuestas a este longevo pero escurridizo fenómeno, cada una desde su perspectiva particular. Así las cosas, el interés de esta tesis reside en pensar de modo transdisciplinar y situado, al considerar que las obras seleccionadas no solo son resultado de un procedimiento artístico, sino también de una práctica común y extensiva en la sociedad contemporánea que influye e incluye a lxs artistas, diseñadorxs y comunicadorxs en general.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

El análisis de la práctica de la cita, apropiación, referencia, copia y demases términos emparentados cuenta con un amplio repertorio de producciones escritas que buscan acercarse a una experiencia que, desde su nacimiento ya perdido en el tiempo, no ha parado de crecer, reproducirse y adaptarse al son de las posibilidades materiales y sociohistóricas habilitadas por el avance tecnológico. Este estado de la cuestión no pretende ser un listado exhaustivo de tales textos, sino exponer diferentes abordajes y teorías que se han ido sucediendo vinculados a este modo de hacer, tanto en el arte contemporáneo como en otras formas de producción cultural, que van más allá de lo visual o lo explícitamente artístico.

En 1967, Roland Barthes (1994) publica un ensayo titulado «La muerte del autor» con el objetivo de plantear un argumento alternativo a la tradición literaria de vincular el sentido de un texto a la biografía o las búsquedas de su autor. En su desarrollo, el teórico francés deja ver un motivo que ya había sido esbozado por Mijaíl Bajtin y que será recurrente en las décadas siguientes: «El texto es un tejido de citas provenientes de los mil focos de la cultura» (Barthes, 1994, p. 69). Esta idea es desmenuzada por Gérard Genette en *Palimpsestos: la literatura en segundo grado* (1982), donde define la intertextualidad como una de las formas que asume la transtextualidad, presentándose como una copresencia de dos o más textos. Esta noción es luego retomada por Omar Calabrese en su libro *Cómo se lee una obra de arte* (1999) y aplicada a la interpretación semiótica de producciones pictóricas de manera casi lineal, ya que, como bien anuncia en el título, supone que la pintura puede «leerse» como un texto.

Nicolas Bourriaud se posiciona como uno de los teóricos que se abocó al estudio de esta práctica especialmente en y desde las artes visuales. Con el postulado de nuevos conceptos como «postproducción», «semionauta» e «interforma», el crítico francés explora las características de la apropiación en el arte contemporáneo y sus diferencias con las experiencias de cita y referencia llevadas a cabo por artistas de otras épocas. Tal indagación se extiende en sus escritos publicados —*Estética relacional* (2017), *Postproducción* (2007), y *Radicante* (2018)— así como en su actividad curatorial.

Por último, otro historiador del arte que analizó la apropiación es Juan Martín Prada (2001), quien en su libro *La apropiación posmoderna* hace hincapié en la dimensión social y política de este procedimiento a partir de considerar la reubicación contextual de imágenes, estilos y pautas estéticas.

Con respecto a la investigación de las prácticas culturales de reelaboración llevadas adelante por públicos y por audiencias, la literatura disponible aumenta cada día gracias a

las posibilidades comunicacionales y conectivas que las redes digitales suponen, tanto para las corporaciones como para la comunidad académica y lxs consumidorxs.

Sin embargo, antes del arribo de Internet y sus plataformas, ya circulaban propuestas sobre las teorías de la recepción y el consumo activo de la sociedad de masas. Entre ellas, se destaca el trabajo de Michel De Certeau (1986) sobre los diversos «modos de hacer», los usos que se hacen de los productos ofrecidos y los procedimientos que llevan a una creación cotidiana, anónima y efímera. Frente al prejuicio social que carga la palabra *consumidor*, De Certeau postula el término «practicante», sujeto capaz de escoger y reelaborar producciones dentro de los sistemas que otros dictaminan.

En Latinoamérica, Néstor García Canclini (1995) ha dedicado múltiples artículos a diferenciar las relaciones de poder, dominación, colaboración y transacción entre los productores de mensajes y objetos culturales y las audiencias. Desde una mirada sociocultural, el autor busca revincular el consumo a la ciudadanía y devolverle su valor cognitivo y útil para pensar y actuar de forma significativa en la vida social.

Ya en el nuevo milenio, la obra del teórico de la comunicación Henry Jenkins (2008) se dispone a seguir las acciones y las operaciones que realizan lxs espectadorxs con las producciones culturales masivas y populares que consumen. Asimismo, Jenkins es el autor de la noción de «cultura participativa», empleada para describir la actividad de creación y de circulación mediática de nuevos contenidos por parte de fanáticxs y de consumidorxs.

Desde el plano del derecho, es imposible no dejar de mencionar la labor de Lawrence Lessig (2008) en su defensa de la «cultura lectura/escritura» frente a la impuesta «cultura de solo lectura» que rigen las feroces leyes de copyright y propiedad intelectual en el suelo estadounidense, país consagrado como uno de los mayores productores de imágenes hegemónicas. En nuestro país, es destacable el trabajo que emprendió la Fundación Vía Libre desde el año 2000 en torno a las tecnologías digitales y su vínculo con los derechos humanos, al abordar problemáticas como la difusión y el acceso del conocimiento y la cultura, la privacidad y la vigilancia por entes públicos y privados, la regulación de la libertad de expresión, la seguridad de la información y la investigación, etcétera.

OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar el apropiacionismo como procedimiento artístico y como práctica cultural contemporánea a partir del modo de producción y la obra de los artistas Juan Simón Arens, Manuel Urretabizkaya y Fátima Pecci Carou.

Objetivos específicos

- ❖ Describir las características del apropiacionismo como procedimiento artístico en el arte contemporáneo.
- ❖ Describir las características de la apropiación como práctica cultural en tanto táctica de consumo y reelaboración de imágenes de la cultura de masas llevada a cabo por los públicos.
- ❖ Analizar el potencial disruptivo y transformador que conlleva el modo de producción y las obras de los artistas seleccionados dentro del régimen de visibilidad dominante.

Hipótesis

Frente al consumo focalizado y el dominio y avance de las corporaciones productoras de la cultura de masas, la práctica artística de los artistas propone, a partir de la apropiación y reelaboración de las imágenes hegemónicas, una táctica de legítima defensa, una actividad relacional y crítica-reflexiva en torno a su consumo y circulación en la contemporaneidad.

Preguntas de investigación

¿Qué similitudes es posible encontrar entre el procedimiento artístico de apropiación y su práctica cultural cotidiana? ¿Cómo se evidencia en las obras seleccionadas ambos modos de entender la apropiación? ¿De qué manera estas producciones le hacen frente al avance de las imágenes hegemónicas desarrolladas por corporaciones?

METODOLOGÍA

Desde una metodología hermenéutico-interpretativa de tipo cualitativa, los diferentes componentes de la investigación serán desarrollados de manera circular y no lineal, dado que la recolección de los datos, el análisis y los resultados forman parte del mismo proceso

de investigación y de construcción del objeto en una especie de vaivén en el cual cada elemento enriquece a los demás. Esta manera de abordar la tarea de investigación resulta coherente con una concepción dialéctica del proceso de investigación o de construcción del conocimiento, en donde las etapas no necesariamente se siguen al pie de la letra, sino que se asume permanentemente una postura flexible tanto en el proceso en su conjunto como en los pasos a seguir (Mercado & Magalhães Bosi, 2007).

El caso que constituye el objeto de investigación será abordado desde un estudio de la poética atravesado por la lectura y el análisis de bibliografía que arribe a la problemática de estudio (libros, capítulos de libros, revistas periódicas, artículos publicados en Internet, actas de eventos científicos, etcétera).

Se procederá, luego, al análisis y a la interpretación comparativa de los datos, a la luz de las definiciones teóricas y las estrategias para el análisis de los casos.

CAPÍTULO 1. Vergüenza es robar y no llevar nada a casa

Te hace falta *collage*. Apropiación como procedimiento artístico

«Desviar los dispositivos, apropiarse de su sentido, conocerlos mejor que sus propios creadores y volverlos útiles para actividades impensadas.»
Claudia Kozak (2015)

Para comenzar, es preciso dejar en claro que un abordaje minucioso de los diferentes matices y variaciones del procedimiento de apropiación en el arte contemporáneo excede el alcance y los intereses de esta tesis. Este escrito se centra solo en el uso de imágenes hegemónicas dentro de producciones artísticas, es decir, en la incorporación de iconografía producida por grandes corporaciones de la industria del entretenimiento, los medios de comunicación y la publicidad en obras que poseen fines estético-poéticos. Sin embargo, se torna necesario reconocer que este modo de producción se sirve también de dispositivos, formatos, espacios, códigos, hábitos, estilos y todo aquello que se encuentre disponible en los archivos del patrimonio cultural para la configuración de nuevas experiencias artísticas, sin detenerse en la apropiación de una única clase e incentivando a la mezcla y la experimentación de distintas conjugaciones. En efecto, novedosos modos de producción metafórica comenzaron a ser puestos en práctica en las últimas décadas por artistas de distintas disciplinas, los cuales posibilitaron la relectura de eventos y manifestaciones culturales, así como el intercambio de sentidos entre sujetos y comunidades.

En tal sentido, se entiende que el proceso de producción de obra llevado adelante por artistas que se apropian de imágenes hegemónicas se inscribe dentro de la práctica de *postproducción* (Bourriaud, 2007). Sus operaciones de recolección y reelaboración de formas visuales, procedentes la gran mayoría del ámbito del diseño gráfico y la industria del entretenimiento —personajes de animación, íconos y *emojis*, logos e isotipos, ilustraciones informativas—, dan lugar a una obra de arte que «funciona pues como la terminación temporaria de una red de elementos interconectados, como un relato que continuaría y reinterpretaría los relatos anteriores» (Bourriaud, 2007, p.16).

Así, lxs artistas contemporáneos realizan sus obras después de navegar por las tormentosas corrientes de la información y las producciones culturales, y las presentan como hojas de ruta que dan cuenta de una exploración particular, históricamente situada, secretamente motivada. Son *semionautas*, inventan trayectorias originales entre signos, producen itinerarios inéditos por el espacio sociocultural y la historia del arte, habitan y recrean de forma activa tanto el escenario cultural heredado como el impuesto (Bourriaud, 2007; 2017; 2018). El crítico Juan Martín Prada (2010), por su parte, plantea una metáfora diferente y comenta que quien realiza una obra «actúa como una especie de arqueólogo de la propia imagen que está creando» (p. 48), en un proceso de construcción estratigráfico que permite moverse, agregar, quitar y revisar las diferentes capas que se fueron acumulando en su producción.

Ambas concepciones presentadas en torno a la labor artística de apropiación postulan una tarea de búsqueda y de discriminación de una materia prima que abunda, se multiplica y salpica las distintas superficies de la vida cotidiana. Por ello, al contrario de lo que podría esperarse frente a un mundo «exageradamente bello» (Michaud, 2007, p. 9) y el constante estado de *infoxicación* y automatización algorítmica que rige nuestra comunicación mediática (Scolari, 2019; Álvaro, 2014), el apropiacionismo no se vincula con las lógicas capitalistas de reproducción masiva de bienes manufacturados de manera idéntica, aunque tampoco está a salvo de enredarse en sus tramoyas. Antes bien, echar mano de las imágenes ya fabricadas disponibles supone una operación delicada y detenida de orfebrería del sentido, a través de la cual se reelaboran e integran formas de fuentes diversas para obtener una novedosa cadena de significaciones. Lejos del acto letárgico y rutinario de un consumo ya pautado, el tendido de estas redes de elementos engarzados lleva a lxs artistas a aguzar la mirada, estar alertas a la potencialidad poética de las manifestaciones circundantes y experimentar con fusiones que saquen a relucir este carácter velado en una amalgama dócil y original. Al respecto, Prada (2010) sostiene que lxs productorxs visuales someten a las imágenes a la *crisis de la recontextualización* y pueden lograr en sus obras que estas traicionen los intereses que intentaban satisfacer en su primer momento. Similar es el pensamiento de Nicolas Bourriaud (2018), quien defiende que «un uso productivo de

la cultura implica una práctica elemental de arranque de los objetos de su suelo originario —o sea, la desviación» (p. 183).

Cabe destacar que estas nociones se tornan aún más relevantes al tratarse de la apropiación de imágenes hegemónicas, las cuales se elaboran con ciertos fines e intereses en mente y responden a una ideología dominante que, si bien puede presentarse con un rostro amable y hasta con pizcas de rebeldía y crítica, no deja de reproducir discursos normativos y neutralizadores dictados desde el poder para una *interpasividad*, una recepción anticapitalista sin disturbios (Fisher, 2016). La recuperación de signos y de formas que entretejen un sentido de pertenencia e identidad entre una comunidad, y que hacen a la cultura visual contemporánea, plantea la posibilidad de *desviar* los relatos que las acompañan y, —por qué no—, proponer otros, divergentes, más deseables y emancipadores. Se trata de pasar de una cultura del consumo —generalmente caracterizada por la indiferencia o la interacción pautada, el targeting de audiencias, y la producción cuasi personalizada de productos culturales como mercancías— a una cultura del uso o de la actividad, crítica y relacional (Bourriaud, 2009). De aquí se desprende la idea de *comunismo formal*, entendida como la hipótesis de que el sentido de una obra no proviene únicamente de aquel que le otorgó su productor —sea un artista, una institución o una corporación—, sino que también depende del *uso* que la sociedad hace de ella y, es posible agregar, en un tiempo y un espacio determinado (Bourriaud, 2007; 2018). Esta noción avanza un poco más allá de las teorías sobre la interpretación y el rol del espectador en el proceso dialéctico de construcción de la poética, e incorpora los modos en que las producciones son puestas a funcionar por los sujetos usuarios de la cultura en el collage del día a día, a la vez que piensa en toda clase de manifestaciones visuales, no solo aquellas con fines artísticos.

Para finalizar, consideremos la palabra de un reconocido artista de la apropiación. Andy Warhol (1975) escribió en su libro *The philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again*,

Podés estar viendo la tele y ver a Coca-Cola, y sabés que el presidente toma Coca, Liz Taylor toma Coca, y si tan solo lo piensas, vos también podés tomar Coca. Una Coca es una Coca y ninguna suma de dinero puede conseguirte una mejor que la que el holgazán de la esquina está tomando. Todas las Cocas son iguales y todas son buenas. Liz Taylor lo sabe, el presidente lo sabe, el holgazán lo sabe, y vos lo sabés³ (p. 100).

³ Traducción de la autora. Cita original: «You can be watching TV and see Coca-Cola, and you know that the President drinks Coke, Liz Taylor drinks Coke, and just think, you can drink Coke, too. A Coke is a Coke and no amount of money can get you a better Coke than the one the bum on the corner is drinking. All the Cokes are the same and all the Cokes are good. Liz Taylor knows it, the President knows it, the bum knows it, and you know it».

Casi cincuenta años pasaron de enunciada esta cita y no solo no ha caducado, sino que continúa vigente con un alcance global. Así como las industrias y las empresas se caracterizan por ser transnacionales, los usuarios de las grandes corporaciones también se encuentran dispersos por todos los continentes. En un giro democrático auspiciado por el capitalismo, el mundo entero ahora puede tomar *Coca-Cola* y reconocer su imagen en cualquier idioma, formato, superficie o plataforma. Todos somos consumidores del mismo producto, promocionado, eso sí, de forma particular según la idiosincrasia de cada región. Su iconografía y parafernalia son parte de nuestra existencia cotidiana. Por ello, pagamos un precio, tomemos o no la bebida. Sin embargo, poniendo en práctica la formulación del comunismo formal, no solo consumimos *Coca-Cola*, sino que podemos colaborar en la construcción de su sentido con su uso activo, más allá de las luchas del marketing y la publicidad por establecer una visión única basada en intereses comerciales. Así, tras décadas de cohabitar con la marca, es posible decir que las significaciones de su imagen nos pertenecen.⁴ ¿Y si nos aventuramos un poco más allá del sentido? «Lo que se nombra 'arte de apropiación' ¿no será, por el contrario, un acto de abolición de la propiedad de las formas?» (Bourriaud, 2018, p. 191).

¿Pobres imágenes o imágenes pobres? Apropiación como práctica cultural

«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.»
Jiménez (1986)

Ninguna herramienta o estructura desarrollada para el control y la subordinación es lo suficientemente hermética como para no dejar lugar a la disrupción. Aún entre los engranajes y las articulaciones de una máquina tan bien aceiteada como el capitalismo del siglo XXI, especulador y descentralizado, se filtran expresiones de desobediencia y de independencia intelectual; a veces organizadas pública y políticamente, otras, llevadas a cabo en la intimidad de la mente. En los años ochenta, la primera ministra del Reino Unido se equivocaba al repetir su eslogan «No hay alternativa».⁵ Lo que sucede es que los focos de resistencia cultural a veces pasan desapercibidos como garabatos infantiles en los márgenes de los cuadernos.

Si bien la apropiación de imágenes hegemónicas forma parte de una serie de operaciones poético-formales realizadas por artistas contemporáneos, también es posible rastrear su

⁴ Ver en Anexo diferentes casos de obras de arte que utilizan la imagen de *Coca-Cola* para la construcción metafórica.

⁵ Hace referencia al dicho «There is no alternative» o TINA popularizado durante el gobierno de Margaret Thatcher a favor de las políticas neoliberales como única fórmula económica posible.

filiación a prácticas de oposición llevadas adelante por públicos y por audiencias desde hace décadas, sino siglos, a partir del *uso* que hacen de las manifestaciones culturales ofrecidas o impuestas para su consumo. Se entiende el consumir como el hecho de «participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo» (Canclini, 1995, p. 43). Es así un modo de relacionarse con los objetos, la comunidad y el mundo, en cuanto se estructura de manera semántica a través de la manipulación sistemática de signos (Baudrillard, 1969, p. 224). Por ello, en ningún momento se la considera un acto pasivo, opuesto a la producción, sino una actividad que es capaz de ser acechada, influenciada, escudriñada por la inercia, la apatía o los intereses de terceros. Durante el consumo, los sujetos se mueven por un espacio que se les presenta ya marcado, con modelos orientadores en el *packaging*, con risas y onomatopeyas de fondo para no confundirse y soltar la carcajada en la escena equivocada de la *sit-com*. Para explorar qué sucede durante el uso de estas producciones y representaciones culturales, el sociólogo francés Michel De Certeau (1986) descarta la palabra consumidor por el prejuicio que la rodea y prefiere centrarse en la noción de *practicante*, expresando que, «hay una fabricación en la que el practicante es el autor: es una producción, pero permanece oculta, porque está diseminada en las regiones perfectamente definidas y ocupadas por los sistemas de producción televisada, urbanística, comercial, etcétera...» (p. 61).

Hasta la llegada de los *hashtags* y las plataformas virtuales con el nuevo milenio, el consumo permanecía como una práctica silenciosa, dispersa, errante. Aún hoy, a pesar de haber encontrado un aparente canal donde afianzarse —seguro, democrático, accesible—, las posibilidades de intervención de los consumidores continúan estando a la merced del humor de los supuestos propietarios legales de las formas culturales masivas.

Se trata, entonces, de una fabricación cotidiana efímera y anónima, un desplazamiento por el cual se trazan trayectorias propias e impensadas dentro de las estructuras dadas. En los usos se reconocen acciones, comprendidas en el sentido militar del término, que poseen una formalidad y una inventividad propia (De Certeau, 1996). Estas se organizan bajo la figura de *tácticas*, que operan con astucia en el espacio ajeno, sacan provecho de circunstancias inadvertidas por el poder. A diferencia de las *estrategias* de mercadotecnia y de publicidad, especializadas en llevar a cabo funciones en el orden de la planificación, producción y distribución en los espacios comerciales de diferentes industrias, las tácticas de *lxs* usuarixs no cuentan con un territorio propio y circunscripto para capitalizar sus ventajas. Frente a la mirada panóptica de las corporaciones que observan, estudian y prevén la existencia de un otro —opositor, regulador o competidor—, *lxs* consumidorxs se mantienen vigilantes a las posibilidades de utilizar, manipular o desviar aquellos lugares que por momentos pueden ocupar. Su síntesis intelectual no tiene como forma un discurso sino

un acto, una decisión en el instante oportuno, acción calculada, un movimiento siempre en posición de retirada dentro del campo de visión de lo dominante (De Certeau, 1996).

Como los semionautas, lxs practicantes desarrollan un modo de hacer, una manera de valerse de las formas que lxs circundan, de habitar las imágenes, amueblarlas a gusto por un tiempo pasajero. Llevan a los hechos diversos protocolos de uso diseñados para activar las estructuras existentes y entienden que «lo cotidiano se inventa con mil maneras de cazar furtivamente en los dominios de otros» (De Certeau, 2001, p. 370). Se comportan, básicamente, como piratas. *Hackers* de la cultura visual que encuentran usos distintos a los previstos por la agenda empresarial y, cómo se expresaba en el poema del grupo hacker argentino HBO en 1994, «toda persona curiosa es un hacker potencial» (Kozak, 2015, p. 136).

La apropiación de imágenes hegemónicas es una de las maneras de habilitar un intersticio entre tanto territorio extranjero. Posibilita un espacio donde lxs consumidorxs —generalmente espectadorxs, pero pueden también ser lectorxs, jugadorxs, usuarixs— pueden materializar sus fabricaciones, darle cuerpo a las decisiones que tomaron y a los significados que desarrollaron por fuera de las narraciones planificadas: «la obra derivada es una formalización —no siempre deseada—, de la interpretación del otro» (Kozak, 2015, p.75). La reelaboración visual y semántica de las imágenes en una creación propia lleva a una tercera instancia la formulación de De Certeau (1986) del consumo como una *producción secundaria*. Así, las formas que fueron pensadas por el poder dominante para ser asimiladas como mercancías para el entretenimiento se transforman en catalizadores de la astucia y la inventiva diaria del público. Para el sociólogo francés, «estos procedimientos componen un entramado de antidisciplina, indican posibilidades de juego, de resistencia y de escapes en el interior de un espacio controlado» (De Certeau, 1986, p. 64).

Surgen así producciones vernáculas derivadas de lo hegemónico:

[...] lo vernáculo pertenece al ámbito privado, a la vida cotidiana y a la informalidad y, en ese sentido, se opone a lo oficial o dominante (a las prácticas letradas dominantes) que es público y formal, pertenece a la vida social (profesional, administrativa y política) y está regulado por normas estrictas... (Albarello, 2019, p. 149).

Por ser hijas de la apropiación no se sujetan a leyes externas, se arrancan y desvían. Se trata de imágenes pobres, marginales, con poco o nulo valor asignado dentro del mercado y la sociedad de clases de las imágenes: «Su visualidad está resueltamente comprometida: borrosa, casera y llena de artilugios» (Steyerl, 2014, p. 42).

La historia de la apropiación como práctica cultural de reelaboración de sentidos puede rastrearse en el tiempo mucho antes de que suceda la popularización de Internet y las redes sociales que hoy permiten una circulación —sin trabas aparentes— de desarrollos visuales

amateur. Con cada avance tecnológico de los medios de comunicación, los consumidores de formas hegemónicas han encontrado modos de producir y socializar sus interpretaciones, ya sea en soportes impresos, magnéticos o digitales. Sin embargo, en los últimos años «pasamos de una monarquía absoluta del contenido a una república de los usuarios» (Aguado, Feijóo y Martínez citado en Albarello, 2019, p. 36). Es decir, si bien las acciones de apropiación y reconfiguración acontecen desde tiempos remotos, en la actualidad, este accionar —combinado con las posibilidades que habilita la tecnología contemporánea— dio lugar a la formulación de un nuevo modelo de comunicación basado en la circulación de materiales culturales remezclados; el cual compite o convive, según la ocasión, con el modelo tradicional de distribución de contenidos de arriba hacia abajo (Jenkins, Ford & Green, 2015). Lxs consumidorxs pasan ahora a ser *prosumidores*, noción que legítima y subraya el papel protagónico de los sujetos en la negociación del sentido.

Esta transformación del ecosistema mediático se presenta como un arma de doble filo para los públicos y los usos que realizan de los bienes disponibles. Por un lado, reconoce abiertamente su participación activa en la producción y circulación de imágenes hegemónicas, tanto en la interpretación como en la reelaboración material, y los dota de nuevas oportunidades de involucrarse en el proceso creativo primario e influenciar a las corporaciones.⁶ Pero por el otro, supone el desarrollo de inéditas estrategias de vigilancia sobre el modo en que se utilizan las formas visuales y de control severo sobre las creaciones derivadas y vernáculas.⁷ Las imágenes pobres que antes viajaban sin levantar sospechas como fotocopias desteñidas o *cassettes* ruidosos hoy se encuentran, como una descomposición de unos y ceros, en el ojo de una tormenta que se desató entre los defensores del derecho a la cultura y los defensores del *copyright* y la propiedad intelectual. ¡Pobres imágenes!

Robin Hood me hizo hacerlo. Apropiación como táctica de legítima defensa

«En sus connotaciones agresivas, la apropiación implica una competición, una disputa acerca del territorio que podría pertenecer indiferentemente a uno u otro de los beligerantes.»
Nicolas Bourriaud (2018)

⁶ Mencionamos dos casos conocidos en que los públicos hicieron oír su voz. Por razones estéticas, lograron el rediseño del personaje de videojuegos Sonic en su adaptación cinematográfica en 2019. Por razones ideológicas, frente a una escena con un beso entre dos mujeres, la película infantil *Lightyear* casi fue reeditada por Disney, aunque al final decidieron mantener la versión original.

⁷ Un ejemplo reciente de estas acciones fue la modificación de las normas comunitarias de la empresa de Mark Zuckerberg, Meta —que incluye a Instagram, Facebook, Messenger y Whatsapp—, para prohibir el uso de ciertos emojis connotados socialmente como «sexuales» en conversaciones que la compañía considera sugerentes. Más información:

<https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/facebook-instagram-prohiben-uso-sugerente-del-emoji-nid2302895/>

El abogado y creador de las licencias Creative Commons, Lawrence Lessig (2008) denomina a esta transformación del escenario mediático como una incipiente «cultura lectura/escritura», en oposición a una de «solo lectura», clasificaciones que se inspiran en las posibilidades de edición de los archivos digitales. Propone que en el seno de una cultura basada en la posibilidad de interactuar y manipular las producciones que consumen, «sus ciudadanos desarrollan un tipo de conocimiento que les dota de poder tanto como les informa o entretiene» (Lessig, 2008, p. 120).

Sin embargo, este fenómeno se encuentra actualmente amenazado por los efectos que la influencia de las grandes corporaciones posee en la configuración algorítmica de las plataformas digitales y en la legislación de cada nación sobre lo que puede, o no, ser editado, remezclado y compartido. A este hecho se le suman los riesgos de que los usos que comienzan como prácticas de oposición sean asimilados y neutralizados por los conglomerados productores de imágenes hegemónicas, los cuales intentan controlar cualquier manifestación que pueda competir con sus mensajes o desviar la atención del público a otras experiencias. Así, si la participación de lxs consumidorxs ya no puede ser ignorada por las industrias, ésta aún puede ser planeada y prevista por sus estrategias comerciales. Por último, el dominio monopólico del escenario visual, audiovisual y multimedial mundial dificulta el desarrollo y la distribución de producciones independientes, no solo desde una perspectiva mediática sino económica, para quienes financian y trabajan en tales rubros. Se da lugar, entonces, al crecimiento de una *cultura clónica*, «basada en la repetición incesante de éxitos comprobados, conservadores en la estética [...] que tiende a marginalizar o ahogar toda creación innovadora, vanguardista, revulsiva, o localmente genuina» (Bustamante, 2006, p.18).

Ante este panorama, puede decirse que la apropiación no solo se lleva a cabo como un procedimiento artístico y una práctica cultural, sino que asume el rol de una *táctica de legítima defensa*.

Antes de continuar con el desarrollo de esta noción, es preciso señalar que esta no será utilizada en el sentido estricto que aplica en el derecho penal —con sus requisitos, efectos y caracteres—, sino que es un recurso para plantear otra forma de entender la apropiación, que tenga en cuenta el contexto específico contemporáneo y latinoamericano. De este modo, se entiende legítima defensa como una causa que justifica la realización de una conducta prohibida o sancionada por la ley ante una amenaza inminente de la integridad del sujeto o de sus bienes jurídicos. Centrados en este análisis, es posible sostener que, si bien la apropiación de imágenes hegemónicas puede leerse como una violación de los derechos que protegen la propiedad intelectual, también puede interpretarse como una táctica de defensa ante el avance del poderío empresarial sobre la cultura visual y el control que ejercen sobre las producciones que circulan de forma masiva por los diferentes medios de

comunicación y a lo largo y ancho del planeta. Así, frente a un régimen de visualidad inundado de manifestaciones extranjeras y discursos homogeneizadores que marginan las experiencias locales e independientes, y ante corporaciones que asimilan y monetizan las acciones populares —al mismo tiempo que intentan eliminar las conductas nocivas para sus negocios—, la apropiación podría ser una medida tomada en pos de la preservación del derecho de participar libremente en una vida cultural plural y diversa, así como de hacer un uso creativo de los bienes que se ofrecen.

Bajo esta premisa, artistas, diseñadorxs y productorxs de contenidos visuales que emplean este procedimiento en la elaboración de sus obras actúan como una versión 2.0 de Robin Hood: toman las formas que las industrias trasnacionales acumulan y acaparan tras una cortina de abogados y lobistas que poco le temen a la oposición que los Estados, representantes de los consumidores —ciudadanos—, puedan presentar, y las redistribuyen con otros sentidos y connotaciones. Por fuera de las turbias e inestables legislaciones del *uso justo*, que pareciera que se extienden a todo el globo, pero solo pertenecen a Estados Unidos, estos ladrones de guantes blancos manchados con carbonilla recuperan las imágenes y relatos que los conglomerados privatizaron en las últimas décadas.

Esto no quiere decir que los públicos no apliquen esta táctica en su vida cotidiana o que sus interpretaciones tengan menos mérito que aquellas realizadas por artistas, sino que estxs últimxs llevan a cabo esta práctica como agentes del campo específico de la producción de imágenes. Al respecto, Bourriaud (2018) explica:

La producción cultural constituye pues una caída permanente de objetos visuales, sonoros, escritos, representados, de calidad desigual y de estatutos heterogéneos, de la que el lector-espectador recoge lo que puede, con los medios de los que dispone según su educación, su bagaje intelectual y su carácter (p. 169).

Lxs artistas, en estas condiciones y a diferencia de lxs espectadorxs promedio, poseen una formación específica y los medios necesarios para llevar adelante una manipulación de los materiales y elementos del lenguaje visual con una intencionalidad poética, al enfocarse en la potencialidad de las formas y sus combinaciones para construir nuevas metáforas y otros recorridos entre las significaciones que despiertan. Si en la Inglaterra medieval Robin Hood era el mejor arquero de los bosques de Sherwood, forajido que les robaba a los ricos para darle a los pobres, lxs artistas hoy son los mejores timoneros piratas para navegar las turbulentas aguas del patrimonio visual contemporáneo e impulsar el pedido por una *creatividad cultural* para todxs (Bustamante, 2011).

Con el término *creatividad cultural* se hace referencia a la capacidad y al derecho de lxs ciudadanxs de gozar de los beneficios de los bienes culturales a través de su acceso, su uso y su distribución en un ambiente democrático, diverso y plural. Para el teórico español

Enrique Bustamante (2011) se trata de una virtud social que reclama «defender la herencia cultural compartida, fomentar su apropiación y revitalización por parte de los ciudadanos, propiciar su difusión» (p. 151); así como plantear políticas públicas que apoyen la educación universal basada en la cultura y las artes, dictaminen propuestas anti-*trust* severas y renueven el pacto social en torno al copyright que actualmente discrimina a lxs ciudadanxs-usuarixs. La demanda por la importancia de la creatividad cultural se torna aún más relevante al considerar el ambiente multimedial y mayoritariamente visual en el cual las nuevas generaciones crecen y aprenden. No basta con solo poder acceder a las producciones que rebalsan los medios, sino que es necesario fomentar el conocimiento sobre su funcionamiento, su lenguaje particular y las ideologías atadas a ellas. Asimismo, el alfabetismo mediático va más allá de formar lectores críticos de la cultura de masas sino también incentivar el desarrollo de escritorxs, sujetos capaces de construir sentido con los recursos disponibles a su alrededor, ya que «jugar con la cultura enseña en la misma medida en que crea» (Lessing, 2004, p. 61). Si estamos de acuerdo con Duchamp y creemos que el arte «es un juego entre todos los hombres de todas las épocas» (citado en Bourriaud, 2007, p.15), entonces lxs artistas de la apropiación nos invitan a jugar un partido donde las reglas las hacemos entre todxs y nadie es dueñx de la pelota.

Así las cosas, hasta que los Estados puedan poner en práctica sus propias estrategias para proteger de manera efectiva los derechos de sus habitantes y no los intereses de conglomerados empresariales, la desobediencia civil de los piratas de imágenes seguirá a la orden del día, ya sea bajo la investidura de procedimiento artístico, práctica cultural o táctica de defensa. O una combinación de las tres, como sucede en los casos seleccionados.

CAPÍTULO 2. Amigues de lo ajeno

Juan Simón Arens: superar al maestro

«No lo hice yo, lo hicieron ustedes»

Supuesta respuesta de Pablo Picasso a la pregunta de un oficial nazi sobre la autoría del *Guernica*.

Juan Simón Arens es un artista platense, muralista e ilustrador. Su obra se caracteriza por contar con una paleta reducida, los colores plenos, el dibujo lineal y el uso de texturas visuales. Asimismo, en sus producciones es común encontrar motivos vegetales y personajes antropomórficos, además de múltiples referencias al mundo de la animación, en especial aquella desarrollada y emitida en la década de los ochenta y noventa para un público infantil. *Guernica* (2020) reúne estos factores y agrega la presencia no solo de formas de la industria del entretenimiento, sino también del campo de la historia del arte y la política contemporánea. En la ilustración digital se observa un mestizaje de signos, una comunión de elementos visuales pertenecientes a otros ámbitos, reconocibles por los espectadores más allá de los desvíos y adaptaciones que el artista realiza. Se trata de una interpretación de la pintura homónima de Pablo Picasso que deja atrás los colores cenicientos de los horrores de la guerra y las grandes dimensiones del bastidor para adoptar colores vibrantes que plagan la comunicación mediática y las superficies contemporáneas, y se acomoda en un formato digital y transportable, para la cartera de la dama y el bolsillo del caballero [Figura 1].



Figura 1. Juan Simons Arens, *Guernica* (2020)

No obstante, más allá de las transformaciones incorporadas, se identifican todos los motivos que hacen célebre al cuadro original.⁸ La madre con el niño muerto es ahora reemplazada por un Homero Simpson gritando y el toro pasa a ser un personaje de los Looney Tunes con Cásper el fantasma como su cola. El guerrero muerto es He-Man y su mano se asemeja al guante de Mickey Mouse. La paloma se cambia por un pájaro animado y el hombre que implora entre las llamas se transforma en Olivia, la novia de Popeye, el marino. Tanto el caballo como la bombilla y la vela se mantienen casi sin alteraciones formales, no así el personaje que se asoma iluminando desde la ventana, que no es otro que el magnate y expresidente de Estados Unidos Donald Trump, acompañado por una estatua de la Libertad arrodillada. Así, en la obra, todos estos elementos se circunscriben de la extensa espesura de imágenes, símbolos, logos y marcas que vela sobre la realidad contemporánea y se confecciona un territorio organizado, cerrado, donde lo seleccionado se armoniza, se instala bajo un nuevo contexto, refugiado de la circulación errática y del palimpsesto informacional (Groys, 2009).

La apropiación le es útil a Arens como un procedimiento para plantear nuevos interrogantes a partir de la combinación de figuras ya familiares para el público. Por un lado, le permite habitar una forma propia de la historia del arte, insertarse en la tradición de copiar las obras de los «grandes maestros» —hombres blancos, cisheterosexuales y europeos, aunque también puede haber algún estadounidense de polizón—, al mismo tiempo que puede actualizar esa imagen no solo desde un punto de vista estético y formal, sino desde su carácter simbólico. Así, por otro lado, el apropiacionismo también se hace presente como práctica cultural de reelaboración de sentido y ensaya un episodio *crossover*⁹ de personajes que se animan al cubismo y a codearse con figuras que exceden la ficción. ¿O es al revés? ¿No será que las imágenes de Donald Trump y la estatua de la Libertad se tornan caricaturas al existir en la cotidianidad actual como parte de una representación que es puro significante? Una representación del poder y la libertad ya no en un sentido democrático y popular sino en términos platónicos, una imagen distante de una idea que ya no aparece solo inalcanzable sino perdida en la desilusión y apatía post-neoliberalismo.

En el escenario actual, donde el quehacer político se confunde con el entretenimiento, donde las nociones de ciudadano y de consumidor aparecen como caracteres intercambiables, y donde los elementos y figuras de la política se tornan imágenes hegemónicas, la apropiación también es una táctica para no quedarse cabeceando frente a la pantalla, cómodamente adormecidx.

⁸ Para fotografías con más detalles de la obra, ver Anexo.

⁹ Se utiliza el anglicismo *crossover*, ya que su traducción al castellano «cruce» es de sentido ambiguo y no se emplea cotidianamente en referencia al encuentro de personajes o escenarios de diferentes universos ficcionales en una misma producción.

La obra, a su vez, despierta una reflexión sobre el carácter de las imágenes en sí y su posibilidad de tornarse hegemónicas a fuerza de su reproducción constante en compañía de discursos dominantes, por más que su origen no haya sido ligado al poder. ¿Es la estatua de la Libertad una imagen hegemónica? ¿Lo es el *Guernica* (1937)? Esta condición que las vuelve masivas ¿no perjudica el conocimiento y reconocimiento de formas locales, populares, más cercanas?

Por ello, interesa pensar la obra como un llamado a la reflexión en torno a las representaciones, sus transformaciones y sus sentidos para construir formas alternativas, plurales y críticas de consumo y apropiación de la cultura, no solo con respecto a las imágenes cotidianas que se reproducen día a día, sino también involucrando aquellas formas, personajes y escenarios visuales animados que forman y modelan diferentes infancias.

Manuel Urretabizkaya: ¿quién mutó a Bambi?

«*We're all born naked. And the rest is drag.*»
RuPaul (2014)

El artista y diseñador Manuel Urretabizkaya es más conocido en las redes sociales como Murre, dónde publica y difunde su obra digital, gráfica y pictórica bajo este pseudónimo. En su producción es común reconocer personajes de series televisivas de dibujos animados, a veces deconstruidos en formas geométricas simples, a veces trazados en dibujos lineales. En ocasiones, las capas digitales pasan al plano analógico y se superponen entre sí al mezclar sus colores o fusionar sus bordes. La tipografía también se hace presente en muchas de sus obras, como sucede en la producción seleccionada *Reivindico* (2020) [Figura 2]. La ilustración presenta una figura reconocida del universo cinematográfico de Disney, Bambi, de la película homónima estrenada en 1942, pero posee una particularidad: tiene dos cabezas. Sin la intención de ser un recurso para sugerir movimiento, la presentación del ciervo bicéfalo pintado en colores pasteles genera una suerte de extrañamiento. Desacomoda las expectativas del espectador y juega con las características asociadas al personaje sin ironizarlas ni negarlas desde el tratamiento formal. Es Bambi, pero mutante.¹⁰

¹⁰ La misma iconografía fue utilizada en el «Piloto» de la serie televisiva postapocalíptica *The 100* para mostrar la mutación de los animales. Secuencia disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0XmmMrJmHBM>



Figura 2. Manuel Urretabizkaya, *Reivindico* (2020)

Si como dice Bourriaud (2018), «todo acto de apropiación [...] muestra un mal uso del mundo» (p. 177), la obra de Murre hace de la desviación de las formas una bandera. Enarbola la posibilidad de torcer las imágenes y con ellas los significados que se le adhieren. Bambi es ahora un fenómeno y a mucha honra, porque hace suyas las palabras de la poeta, cantante y artista trans Susy Shock (2020) y exclama «Reivindico mi derecho a ser un monstruo».¹¹ La apropiación como desviación funciona, entonces, en esta producción como un procedimiento formal y conceptual, que extrae un personaje de su mundo reglado y lo transmuta a uno que está por definirse, libre de normativas impuestas, de mandatos a obedecer y el libreto de crecer para ser el «Gran Príncipe del Bosque».

Urretabizkaya propone un Bambi que puede serlo todo, inocente, peligroso, tierno, raro, héroe, villano, alegre, enojado, y todo lo que está en medio. Lo mismo se desprende de una tipografía que cambia con cada letra dibujada, que se permite mutar y experimentar con la forma y el color, el tamaño y el espaciado. Es sorpresa y es susto, como un vestiglo que dejó de ser el malo en el cuento de alguien más para ser el protagonista de su propia historia. Y eso sin deshacerse de su identidad monstruosa, desviada, capaz de jugar, crecer y preguntarse por fuera de un corset cisheteronormado. La apropiación de un personaje paradigmático, reconocido por su ingenuidad y timidez, en una versión que reniega de las categorías asumidas permite pensar en otras narrativas posibles para esas figuras que marcan y marcaron las infancias y que, por lo tanto, tienen influencia en la formación

¹¹ La estrofa aparece en dos versos: Yo, reivindico mi derecho a ser un monstruo / ni varón ni mujer, ni XXY ni H2O. Y más adelante: Reivindico mi derecho a ser un monstruo y que otros sean lo Normal.

temprana de lxs niñxs. Este procedimiento se enfrenta a lo que Bourriaud (2018) retoma del «principio de Peter»¹² y proclama:

No podemos concebir manipular objetos más allá de ciertos límites: la ideología de la competencia hace que nos neguemos inconscientemente a leer lo que se supone que no podemos entender, a usar máquinas sin conocer su modo de empleo, a usar universos de los que nos sentimos extranjeros (p.178).

La ilustración de Murre nos demuestra que es posible —y podríamos agregar, necesario— sumar nuestras propias interpretaciones a las producciones culturales que nos rodean o nos asedian. Desafiar los guiones dados sin abandonar por eso las formas que se emplean para difundirlos, sino revertirlas, dislocarlas, transformarlas. Crear *contraimágenes* que se opongan a las representaciones oficiales, dominantes, conservadoras, y defiendan nuestros propios deseos y formas de existir (Bourriaud, 2007).

Fátima Pecci Carou: en nombre de la luna y la justicia social

Fátima Pecci Carou es una artista argentina que utiliza la pintura como medio para plasmar su obra, pero que recupera imágenes de la cultura visual que se extienden a universos diversos y tiempos distantes. Paradigmas de la historia del arte, producciones populares, dibujos animados, eventos históricos, parafernalia de la política partidaria, elementos propios del *cosplay* y el *fanart*; todo se arremolina en sus lienzos. La obra *Eva y Juan Domingo con caniche* (2020) posee una pizca de cada cosa [Figura 3]. Presentada en la muestra «Banderas y banderines: Evita» en el Museo Evita, y con curaduría de Eva Grinstein, la producción es parte del trabajo artístico que realiza Pecci Carou de recuperación y reinención de la historia del movimiento peronista de la primera época y se centra con especial atención en aquellos hitos que tienen a Eva Duarte de Perón como protagonista. Como salidas de un manga de fantasía histórica, las pinturas borronean los límites entre los hechos y la ficción para enarbolar la ucronía anacrónica de lo *otaku peronista*. La apropiación pasa aquí por partida doble: imágenes históricas y formas hegemónicas se amalgaman en las pinceladas coloridas y juntas representan un solapamiento irreal y maravilloso de tiempos y lugares. Así, en la bandera seleccionada, se observa el retrato de la primera dama Eva Duarte junto al presidente Juan Domingo Perón y su caniche «Monito», sentados sonrientes en un sillón azul. Frente a ellos, una mesa con un cenicero y tres libros que forman parte de la literatura y cultura del movimiento por

¹² El principio de Peter fue conceptualizado por el teórico de las ciencias de la educación Laurence J. Peter ([1969] 2014) como aquel fenómeno que determina un límite de productividad a cada trabajador y a partir del cual, al ascender a un puesto mayor, se torna incompetente.

excelencia —*La razón de mi vida* (1951), *El pueblo no se equivoca nunca* (1954) y *La patria justa* (1953)—; detrás, un cuadro que reinterpreta a la célebre fotografía anónima del 17 de octubre de 1945 conocida como «Patatas en la fuente».¹³



Figura 3. Fátima Pecci Carou, *Eva y Juan Domingo con caniche* (2020)

En esta obra, lo que encontramos como hegemónico es la caracterización de las figuras como personajes de animé, particularmente en el retrato de Evita como la heroína de la serie japonesa animada *Sailor Moon*, con la inclusión del doble rodete y un cetro lunar que reza «Justicia social». Se propone un remix que aúna dos representantes del empoderamiento femenino y sutura las fronteras nacionales para afianzarse en la amplitud contemporánea del término *popular*. La bella guardiana del amor y la justicia es ahora

¹³ Ver en Anexo las imágenes originales de las obras históricas apropiadas y reinterpretadas por Fátima Pecci Carou.

también la abanderada de los humildes, sobre todo para aquellas generaciones de nuevxs militantes que se criaron en los noventa tomando la leche y viendo los dibujitos.

Frente al solemne género de la pintura histórica, la artista reimagina un pasado *kawaii*, sonrojado y radiante. Se trata de una apropiación en clave feminista, pero sobre todo *femininja*, que reclama su lugar en la historia y en el mundo de la política contemporánea y latinoamericana. Es otra forma de ensayar un desvío de las narraciones que cimentan la identidad nacional, de la imagen oficial que fija una manera de ejercer la política, de señores serios y trajes almidonados. Ahora decir política también es pintarse la cara con brillitos y levantar nuevos pañuelos. Es reinventar héroes y heroínas, tanto a lxs conocidxs como a lxs invisibilizadxs, de una manera que represente la diversidad que habita en nuestros suelos.¹⁴ Así, Pecci Carou retrata otra idea de lo que es lo popular hoy. Propone una historia que, sin dejar de ser nacional, incorpora formas propias de otras latitudes, factores que hacen a una visualidad global contemporánea. Se apropia de un modo de representación que le resulta familiar y de una temática compartida por toda una nación para dar lugar a una imagen híbrida, pretérita y actual, histórica y ficcional, internacional y popular. Jugar con las formas, redefinir los géneros, materializar la fantasía, incomodar a los conservadores; todas fórmulas de una producción que recupera de las imágenes hegemónicas la nostalgia de la infancia para hacerle frente a los relatos excluyentes y las ideas anticuadas sobre la política hoy. La apropiación *femininja* implica no tener que elegir entre Evita o Sailor Moon, sino plantear la posibilidad de seleccionar críticamente lo que nos identifica e interpela de cada modelo para construir uno propio. Es una defensa ante el imperativo constante de ser una única y perfecta clase de mujer, artista, política, madre, etcétera.

CIEN AÑOS DE PERDÓN. Conclusiones

Llega a su fin nuestro alegato a favor de la apropiación y sus usuarixs. En nuestro recorrido por los mares de la visualidad contemporánea, nos encontramos con que este fenómeno no es solo un acto vandálico de quienes no respetan la propiedad privada, sino una acción polifacética que encauza diferentes intereses según quién la lleve a cabo. Así, puede asumir la forma de un procedimiento artístico, de una práctica cultural de oposición, de una táctica de defensa o —como intentamos argumentar en esta tesis— una combinación de las tres,

¹⁴ Otro caso de apropiación o de reinención de una imagen histórica es el emplazamiento de la escultura de María Remedios del Valle en 2022 en la ciudad de Buenos Aires, realizada por el escultor Alexis Minckiewicz, quien trabajó junto a Gisela Kraisman y Louis Yupanki, activista trans afrodescendiente que fue modelo inspiradora del monumento.

tan intrincadamente amalgamadas que se torna difícil determinar el inicio de una u otra. Este es el caso de las producciones aquí referenciadas.

Su estatuto de obras de arte confirma el empleo del procedimiento, pero, al tratarse de imágenes pertenecientes al enjambre de imágenes hegemónicas que pululan a nuestro alrededor, también es posible afirmar que lxs artistas retoman esas prácticas comunes de reelaboración y enfrascan estas formas para iluminar otros sentidos, a veces desafiantes de su origen y función primaria. Por eso, sostenemos que la apropiación pasa a ser una táctica propia de una resistencia, un modo de tergiversar esos relatos visuales cargados de representaciones y estereotipos afines al poder y su agenda corporativa.

Si bien las tecnologías digitales han desencadenado la posibilidad de acceder y de participar del proceso de producción y de circulación de bienes culturales, también han proporcionado un nuevo territorio para que las empresas de la comunicación y la cultura de masas desarrollen nuevas estrategias de control, vigilancia e influencia en la comunidad, ocultas en un lenguaje informático desconocido para la mayoría. Sin embargo, artistas, diseñadorxs y productorxs de contenidos simbólicos han comenzado a ocasionar un malestar dentro de este régimen de visualidad dominante, como piratas que, de manera furtiva, asaltan las arcas visuales de lxs poderosxs, llenas de riquezas extraídas de tierras lejanas. Son la mosca en la sopa y lxs de arriba nunca están saciados.

Esta tesis no pretendió en ningún momento hacer apología al delito ni romantizar la transgresión sin sentido. No es una sentencia a la cultura de masas ni un llamado a realizar una hoguera de las vanidades 2.0. Tampoco es una arenga para abandonar la investigación de ideas propias porque «ya está todo inventado» y no nos queda alternativa que reciclar el pasado. En definitiva, este escrito no tuvo otra intención que poner en palabras esa causa que a lxs rebeldes muchas veces no se les permite articular, y todo imputado tiene derecho a una defensa. Afirmamos que la apropiación de imágenes hegemónicas, más allá de la opinión moral que despierte, posee un potencial disruptivo y transformador que incentiva a la actividad crítica, tanto en la instancia de producción como de recepción. Fundamentamos que, en el contexto contemporáneo y latinoamericano, este modo de proceder se organiza como lo que dimos por llamar una táctica de legítima defensa, al hacerle frente al poder y sus ficciones con una cucharada de su propia medicina. Por ello, consideramos que es una acción justificada y pedimos que se tengan en cuenta todos los argumentos presentados antes de realizar un juicio sobre el accionar de artistas, diseñadorxs y productorxs. Y, si aun así se encuentra culpables a lxs acusadxs, recordamos que, para la sociedad, *ladrón que roba a ladrón...*

REFERENCIAS (o botín cultural recolectado)

- Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia. Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand.
- Àlvaro, S. (2014). El poder de los algoritmos: cómo el software formatea la cultura. En *Centre de Cultura Contemporània de Barcelona LAB*. <http://lab.cccb.org/es/el-poder-de-los-algoritmos-como-el-software-formatea-la-cultura/>
- Barthes, R. (1994). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Paidós.
- Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. Siglo Veintiuno.
- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción*. Adriana Hidalgo editora.
- Bourriaud, N. (2017). *Estética Relacional*. Adriana Hidalgo editora.
- Bourriaud, N. (2018). *Radicante*. Adriana Hidalgo Editora.
- Bustamante, E. (2006). Comunicación y cultura en la era digital: construir el espacio iberoamericano. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-Compós*, 7, 1-18. <https://doi.org/10.30962/ec.101>
- Bustamante, E. (2011). ¿La creatividad contra la cultura? En L. Albornoz (Comp.). *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (pp. 139-156). Paidós.
- https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/33579/Creatividad_Bustamante_PAIDOS_2011.p_endf?sequence=1
- Calabrese, O. (1999). *Cómo se lee una obra de arte*. Cátedra.
- De Certeau, M. (1986). Usos y tácticas de la cultura ordinaria. *Revista Signo y Pensamiento*, 9 (5). 59-72.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. I. Artes del hacer*. Iberoamericana.
- De Certeau, M. (2001). De las prácticas cotidianas de oposición. En P. Blanco, J. Carrillo y otros (eds.). *Modos de hacer. Arte crítico, esfera pública y acción directa* (pp. 391-426). Ediciones Universidad de Salamanca.
- Fisher, M. (2016). *Realismo Capitalista: ¿No hay alternativa?* Caja Negra.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Genette, G. (1982). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Taurus.
- Groys, B. (2009). *La topología del arte contemporáneo*. Esfera Pública. <http://esferapublica.org/nfblog/la-topologia-del-arte-contemporaneo>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Jenkis, H., Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y calor en una cultura en red*. Gedisa.
- Jiménez, J. (1986). *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*. Tecnos.
- Kozak, C. (Ed.) (2015). *Tecnopoéticas argentinas. Archivo blando de arte y tecnología*. Caja Negra.
- Lessig, L. (2004). *Cultura Libre. Como los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. <http://www.articaonline.com/wp-content/uploads/2011/07/Cultura-Libre-Lawrence-Lessig.pdf>.
- Lessig, L. (2008). *Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*. Icaria Antrazyt.
- Lorde, A. [1984] (2003). *La hermana, la extranjera. Artículos y conferencias*. Horas y Horas.
- Mercado, F. y Magalhães Bosi, M.L. (2007). Introducción. Notas para un debate. En M.L. Magalhães Bosi y F.J. Mercado (Orgs.). *Investigación cualitativa en los servicios de salud*. Lugar Editorial.
- Michaud, Y. (2007). *El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo de la Estética*. Fondo de Cultura Económica.
- Peter, L. J. [1969] (2014). *El principio de Peter*. De bolsillo.
- Prada, J. M. (2001). *La apropiación posmoderna. Arte, práctica apropiacionista y teoría de la posmodernidad*. Fundamentos.
- Prada, J.M. (2010). *La condición de la imagen digital. Catálogo Premios de Arte Digital*. Universidad de Extremadura.
- RuPaul (2014). Born naked [Canción]. En *Born naked*. RuCo Inc.
- Scolari, C. A. (2019). *Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas*. La Marca Editora.
- Shock, S. (2020). *Realidades. Poesía reunida*. Editorial Muchas Nueces.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- Warhol, A. (1975). *The philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again*. Harcourt Brace Jovanovich.

ANEXO (o botín visual apropiado)



Figura 1. Antonio Caro, *COLOMBIA-Coca-Cola*. (1975). Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC)



Figura 2. Cildo Meireles, *Inserções em circuitos ideológicos: Projeto Coca-Cola* (1970). Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona



Figura 3. Ai Wei-Wei, *Coca Cola vase* (2014). Colección privada



Figura 4. Décio Pignatari, *Beba Coca Cola* (1958). Copia disponible en el MUSEION Foundation. Museum of modern and contemporary art Bolzano



Figura 5 y 6. Juan Simón Arens, *Guernica* (2020). Detalle



Figura 7, 8 y 9. Tapas de los libros *La razón de mi vida* (1951), *El pueblo no se equivoca nunca* (1954) y *La patria justa* (1953)



Figura 10. Autor desconocido. *Las patas en la fuente*, 17 de octubre de 1945. Archivo General de la Nación



Figura 11. Autor desconocido. Eva Duarte de Perón y Juan Domingo Perón con su caniche Monito