

**Universidad Nacional de La Plata.**

**Facultad de Bellas Artes.**

**Maestría en Estética y Teoría del Arte.**

**Pegame: un estudio sobre el sticker artístico.**

**Por: Lic. Rosana Barragán (rö barragán).**

**Director: Juan Carlos Romero.**

**Co-directora: Lic. Paola Belén.**

**La Plata / Noviembre de 2015.**

**Pegame: un estudio sobre el sticker artístico.**

## **Índice General.**

<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b>¿Puede el sticker ser considerado una manifestación artística?.....</b>	<b>10</b>
<b>Antecedentes específicos: afiches y carteles.....</b>	<b>14</b>
<b>1.- El sticker como manifestación artística. ....</b>	<b>24</b>
<b>2.- Vivir la ciudad.</b>	
<b>El espacio urbano como soporte de hechos artísticos.....</b>	<b>32</b>
<b>Experiencias urbanas y pegatinas.....</b>	<b>34</b>
<b>Un recorrido: hechos artísticos emplazados en la ciudad de La Plata.....</b>	<b>38</b>
<b>Crecimiento y auge del sticker en el espacio público.....</b>	<b>43</b>
<b>3.- Primer registro local de obras realizadas mediante stickers.</b>	
<b>Ral Veroni: <i>Muestra Nómada</i>.....</b>	<b>47</b>
<b>Entrevista a Ral Veroni.....</b>	<b>48</b>
<b>4.- Situaciones de exhibición, mapas, recorridos.....</b>	<b>55</b>
<b>Producciones locales.....</b>	<b>56</b>
<b>Producciones de sticker artístico no locales.....</b>	<b>59</b>
<b>5.- Arte y tecnología.</b>	
<b>Herramientas de producción.....</b>	<b>60</b>
<b>Lenguajes, técnicas, características formales y espaciales.....</b>	<b>64</b>
<b>Entrevistas a artistas.....</b>	<b>70</b>

<b>Conclusiones.....</b>	<b>83</b>
<b>Anexo 1 / Relatos.....</b>	<b>88</b>
<b>Anexo2 / Opiniones.....</b>	<b>96</b>
<b>Anexo3 / imágenes.....</b>	<b>104</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>138</b>

“...En el preciso instante en el que uno se apercibe de una pintada realizada con plantilla en una acera, de una pegatina adherida a un buzón de correos o de una escultura de metal acoplada a una señal vial, se transporta súbitamente a otro mundo, a una subcultura efervescente que se infiltra en la vida cotidiana y erradica su monotonía...”

Marc y Sara Schiller, *Tresspass, historia del arte urbano no oficial*.

## Introducción.

La expansión contemporánea de los límites de las producciones artísticas, en sus soportes, técnicas, emplazamientos y relaciones, posibilita el desarrollo de nuevos formatos de arte y de experiencias estéticas. En este contexto, el sticker se establece como medio portador de sentido artístico y se afianza ante la mirada atenta que lo legitima.

El presente trabajo se centra en demostrar el estatus de obra de arte del sticker a partir de una lectura focalizada en una poética donde el espectador es activo y dador de sentido.

En la actualidad la explosión del sticker como objeto artístico es un hecho innegable, sucede en las calles, bares, autobuses, terminales de ómnibus, baños públicos, parques y plazas, postes de tendido eléctrico, señales de tránsito, vidrieras, muros, bancos, tachos de basura y otros elementos cotidianos que se transforman en soportes esporádicos de estas prácticas y todo esto, ante nuestra mirada absorta. Un aspecto destacable del sticker es que no sólo entiende lo urbano como espacio público, sino que también interviene en los espacios privados, como por ejemplo un skate, una mochila, cascos, bicicletas, agendas, etc. Están ahí, a la vista de todos y reconocido por pocos. Y también se dan ocultos, esperando el encuentro con la mirada experta. Incluyendo dentro de sus ámbitos de exposición tanto lo público como lo privado.

He encontrado una acotada bibliografía impresa y numerosas páginas webs<sup>1</sup> referidas al arte urbano<sup>2</sup> que toman como un hecho artístico a obras realizadas mediante stickers. También publicaciones específicas, que en algunas ocasiones, acompañan el relevamiento visual con ejemplares de stickers incluidos en sus páginas para ser utilizados por los lectores, destacando así su aspecto lúdico.

---

<sup>1</sup> Algunos ejemplos de páginas webs que incluyen stickers artísticos:

<http://www.escritosenlacalle.com>;

<http://streetartstickers.com>;

<http://www.obeygiant.com/essays/sticker-art>;

<http://www.bomit.com>;

<http://www.arteycallejero.com/2013/05/tecnicas-de-arte-callejero-stickers/>

<sup>2</sup> Se referencia con la denominación *arte urbano* a la generalidad de las prácticas artísticas que requieren para su desarrollo el espacio – tiempo de la ciudad.

Sin embargo, habida cuenta de su profusión y actualidad, no he encontrado abordajes que hablen del área, ni acercamientos especulativos sobre dichas prácticas. Las publicaciones de referencia sólo tratan el tema desde su aspecto técnico, visual y lúdico, pero poco se dice sobre su estatus como obra de arte.

En el texto de Johannes Stahl<sup>3</sup>, *Street art*, se hace referencia indirecta a este fenómeno, partiendo del análisis del graffiti en relación con la Historia del arte; teniendo en cuenta que tanto el graffiti como el sticker artístico pueden estudiarse bajo la mirada del arte urbano, el texto de referencia propone un análisis que bien puede aplicarse a las prácticas investigadas:

...¿A quién le sorprende todavía que la Historia del Arte tenga problemas para aceptar tanto el graffiti como las acciones obstinadas del Street Art y sus productos? ... Mientras que la Historia del Arte se cuenta por épocas, el Street Art es un fenómeno presente desde hace tiempo y que trasciende tal concepto temporal ... Desde que los graffiti han sido definidos como signos no oficiales, llevan sobre sus hombros la animadversión hacia lo prohibido. La superación de las fronteras de la propiedad sigue siendo un problema a la hora de ocuparse del graffiti, incluso cuando las artes gráficas a menudo son definidas como transgresoras. El conflicto acerca de sus objetivos acompaña históricamente a toda nuestra artística. A los autores les da igual la inviolabilidad de la propiedad y a los observadores de sus cuadros ésta les resulta extraña. Cualquier intento de familiarizarse con el fenómeno debe ocuparse, por tanto, de las apreciaciones y de las valoraciones que, a veces, difieren bastante entre productores y consumidores...<sup>4</sup>

El sticker artístico aparece dotando de una nueva potencialidad a un objeto conocido - las figuritas infantiles adhesivas- y se presenta con pretendido estatus artístico luego de treinta años de formar parte de los elementos que conforman la cotidianidad local, mayormente en el ámbito infantil, como objeto lúdico, y también entre los adolescentes como marca de pertenencia.

---

<sup>3</sup> Johannes Stahl es historiador de arte y desde la década de 1980 se desempeña como escritor, comisario y asesor cultural. Fue profesor en las universidades de Bonn y Halle (Saale) y en la Academia de Bellas Artes de Maguncia, en la Academia de Arte Burg Giebichenstein en Halle (Saale). Sus investigaciones se centran en el arte público, el graffiti y el arte de la calle, temas que publica en diversos medios de comunicación.

<sup>4</sup> Stahl, J: *Street art* (pág. 61)

No exclusivamente, pero sí en su mayoría, son los jóvenes que convivieron desde siempre con este objeto-soporte (es imposible diferenciar el objeto del soporte que lo contiene) quienes han abordado y resaltado sus potencialidades artísticas, apropiándose para transformarlo en un objeto artístico susceptible de devenir en experiencia estética. Este desarrollo del sticker es facilitado y determinado por los medios tecnológicos contemporáneos que posibilitan la aparición de una nueva práctica artística.

Uno de los motivos que llamó mi atención hacia el sticker es la proliferación –lenta, pero continua- de estas pequeñas imágenes que irrumpen en el espacio urbano tanto público como privado.

...en los últimos años la popularidad de la técnica de la pegatina se ha disparado entre los artistas urbanos contemporáneos, pero la presencia de los stickers o carteles por las calles de la ciudad no es en absoluto un fenómeno nuevo. La rica historia de este medio en el arte urbano se remonta a la década de 1950 y se entrelaza con el crecimiento de la industria de la publicidad, que siempre ha estado fuertemente vinculado a las ideas de artistas librepensadores y a enfoques artísticos innovadores...<sup>5</sup>

Paralelamente, surgieron en el ámbito académico de mi incumbencia propuestas abordadas desde estas prácticas. Así, ante la necesidad de aplicar criterios consensuados de análisis conceptuales y prácticos para analizar experiencias desarrolladas en la cursada del *Taller complementario de grabado y arte impreso* de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata, y ante las pocas publicaciones referidas al stickers artístico, he empezado a rastrear un marco teórico posible para este tipo de manifestaciones. Si bien he encontrado algunos textos<sup>6</sup>, como

---

<sup>5</sup> Claudia Walde, conocida como *MadC*, nació en Alemania, y es una reconocida artista urbana. Alemania es la ciudad en la cual empezó su carrera como escritora sobre graffiti. Estudió diseño de comunicación en la universidad Burg Giebichenstein y animación en el central saint Martin's College de arte y diseño de Londres.

Sticker city paper graffiti art (pág. 12). Traducción propia.

<sup>6</sup> Algunos de ellos:

*Sticker Stack*. Asensio, Paco (2009).

*Calle esos ojos. Bogotá Street art*. (2012).

*Peel: The art of the sticker*. Combs, Dave y Holly (2008).

*MAYDAY: The art of Shepard Fairey*. Deitch, Jeffrey y D'Ambrosio, Antonino (2011).

*Buenos Aires Street art*. Doble, Gonzalo; Yndij, Guido (2011).

*Street art Stickers!*. Minguet, Josep Maria (2007)



ya he dicho, todos ellos refieren a guías visuales y relevamientos gráficos. También encontré publicaciones similares a los tradicionales álbumes de figuritas, presentados como un compendio de stickers-figuritas adhesivas- de distintos autores preparados para el uso del lector. Estos objetos tienen como particularidad que se presentan a la manera inversa del *álbum* tradicional, ya que se adquieren completos y se van vaciando con el uso de sus partes.

Mi interés al ahondar en este tema es encontrar un marco teórico que pueda contener en los alcances de sus categorizaciones las producciones de stickers artísticos, y también registrar, producir, mirar, buscar, despegar, recorrer y pegar.

La producción de stickers artísticos es parte de mi actividad profesional. Resultan una práctica alternativa de producción y exhibición, y posibilitan la llegada a públicos nuevos y diversos, conocedores o no.

Sin embargo, la posibilidad de un público exclusivo o particular se hace difusa por las características intrínsecas a la obra y su lugar de exhibición. Los stickers son ubicados en el medio urbano, y esperan el encuentro con espectadores capaces de sustraerse momentáneamente a la experiencia propuesta.

Intentaré en este escrito proponer una lectura del sticker que permita enmarcarlo en el amplio campo de las prácticas artísticas contemporáneas. Me resulta difícil definirlo como obra de arte porque ni sus prácticas ni su producción se incluyen dentro de las categorías con las que se definía la obra de arte tradicional o, lo que en palabras de Walter Benjamin<sup>7</sup> se definía como arte aurático (autor, unicidad de la obra, originalidad, espacio de exhibición, modos de producción, etc.). Fue necesario buscar una nueva definición de lo que tradicionalmente se llama *experiencia estética* vinculada a lo bello, bueno y verdadero, ya que esta definición tradicional –moderna- no es suficiente para abarcar manifestaciones actuales como el sticker. En el texto *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, dice Jauss:

---

*Ultimate Street art. A celebration of graffiti and urban art. Barcelona.* Minguet, Josep Maria (2009).  
*Street Art Sweet Art. Dalla cultura hip hop all'agenerazione pop up.* Riva, Alessandro (2007).  
*Street art.* Stahl, Johannes (2009).

<sup>7</sup> Walter Benjamin: Berlín, 1892- Portbou , 1940.

...¿Qué significa experiencia estética?... Antes –y también después- de que la estética se constituyera como disciplina independiente, estas cuestiones quedaban, en la reflexión de la teoría del arte, ensombrecidas por los problemas heredados de la ontología platónica y la metafísica de lo bello. En la cima de la reflexión artístico-filosófica, los problemas canónicos eran la polaridad entre arte y naturaleza, la coordinación de lo bello con lo verdadero y lo bueno, la unificación de forma y contenido, de imagen y significación, y la relación existente entre mimesis y creación...<sup>8</sup>

Dado que en el devenir de las prácticas artísticas actuales el espectador ya no puede ser caracterizado como aquel sujeto que sólo apela a la contemplación pasiva y desinteresada, necesité un marco teórico que tomara al espectador como un sujeto activo y creador de los posibles sentidos de la obra para hacer un análisis de estas prácticas insertas en el ámbito urbano público y privado y favorecer la lectura del sticker como manifestación artística contemporánea.

También me interesa procurar un marco teórico específico y aportar un estudio complementario plausible de ser aplicado en el ámbito académico y otras áreas de incumbencia.

**Para comenzar la discusión: ¿puede el sticker ser considerado una manifestación artística?**

¿Obra de arte u objeto extra-artístico? No son pocas las obras del siglo XX que lanzan al espectador la pregunta acerca de su propio estatus.

Hoy, tampoco son pocos, los que frente a una obra de arte exigen certezas. Quieren la seguridad de estar frente a los cánones que reafirman el estatus artístico de los objetos en cuestión. Estos sólo admiten cosas simples y puras establecidas en el campo de lo artístico por la tradición occidental y al enfrentarse a un objeto ambiguo lo arrojan fuera del campo de su atención. Ante los objetos ambiguos de las

---

<sup>8</sup> Hans Robert Jaus: Göppingen 12 de diciembre de 1921- Konstanz 1 de marzo de 1997. Experiencia estética y hermenéutica literaria (pág. 11).

producciones artísticas actuales se requiere una particular acción productiva del espectador que se convierte así en una especie de coautor de la obra<sup>9</sup>.

El objeto ambiguo es el paradigma de la situación problemática del arte a la que debe enfrentarse hoy la reflexión y el espectador. Su actividad, de acuerdo con Jauss, debe ser una actitud *poietica*<sup>10</sup>, crítica y creativa, y no ya meramente contemplativa. Al hablar del aspecto productivo de la experiencia estética Jauss se refiere al sentido clásico del término. *Poiesis* es una práctica, es un hacer productivo e implica un *saber hacer*, es decir tener cierta especialización en la materia o disciplina particular, en este caso conocimiento de teoría e Historia del Arte.

Frente a los objetos ambiguos del arte contemporáneo, el espectador –provisto de conocimiento e información histórica y teórica- debe decidir si eso que lo enfrenta es o no una obra de arte. De este modo se vuelve responsable de una definición del arte. El placer contemplativo y cuasi-religioso, dará paso entonces a un nuevo tipo de placer que está más ligado a lo reflexivo<sup>11</sup>. Este nuevo sentido, dado por cada espectador, no se libra en el vacío sino que se suma y se conecta con otras interpretaciones históricas de la obra. Así, al interpretar, se fusionan los horizontes de expectativas con otros horizontes. Este comportamiento teórico del espectador enfrentado a una obra ambigua -que acepta la problematicidad que dicha obra presenta- no supone la supresión del goce, por el contrario, esta actividad supone un nuevo tipo de goce que podría llamar estético-teórico. Como dice Danto,

“...el placer del amante del arte está basado precisamente en una diferencia que debe ser capaz de marcar lógicamente...”<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Dice Jauss: “El propio status estético se convierte en problema, y el espectador, ante un *objeto ambiguo*, vuelve a verse de nuevo en la situación de tener que preguntarse y decidir si dicho objeto puede tener derecho a ser todavía, o también arte” *Experiencia estética y hermenéutica literaria*.. (pág. 110).

<sup>10</sup> El término *poiesis*, en la tradición griega, se refiere a todo hacer productivo subordinado a la actuación práctica (praxis) Según la interpretación aristotélica, supone un *saber hacer*. La palabra *poiesis* suele ser traducida por poesía, pero para los griegos, su sentido se extendía a cualquier actividad productiva, valía tanto para la producción de una tragedia como para la de un barco.

<sup>11</sup> “El comportamiento teórico se convierte en estético” H. R. Jauss. (*op. cit.* pág. 111).

<sup>12</sup> Danto Arthur Coleman (Ann Arbor, Míchigan, 1 de enero de 1924 - 25 de octubre de 2013) fue un crítico de arte y profesor de filosofía de los Estados Unidos.

*La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte.* (pág. 41)

Estudio las prácticas del sticker a la luz de los aportes teóricos que Gianni Vattimo<sup>13</sup> (1990) desarrolla en su texto *La sociedad transparente*, relacionando los paradigmas estéticos de la tardía modernidad con los avances técnicos de las sociedades tecnológicamente avanzadas, y a su vez, intento dilucidar si estos soportes se proyectan en posibles modos de producción de obra, atravesadas por los medios de comunicación de masas. En este sentido, José Jimenez<sup>14</sup>, en su texto *Teoría del arte*, amplía:

...En nuestro contexto cultural, y a causa de la *expansión de la tecnología moderna*, los procesos de producción y transmisión estética cambian en profundidad respecto a su configuración tradicional. Me refiero a la *reproducción técnica de las obras* y al desarrollo creciente de una *esteticidad difusa y englobante*, no artística, que es una de las características centrales de las sociedades de masas.

Si el arte, las distintas artes, sigue teniendo una vigencia en nuestro mundo es precisamente porque gracias a su potencia formativa, a su fuerza de representación, es capaz de poner en pie universos sensibles de sentido, capaces de romper y cuestionar la homogeneidad de la cadena estética continua que mediatiza sin fisuras todas las formas contemporáneas de la experiencia...<sup>15</sup>

A partir del surgimiento y desarrollo de las reproducciones técnicas los medios de comunicación han fragmentado lo humano y lo considerado bello, y establecen nuevos parámetros y paradigmas que ya no pretenden la universalidad. La cultura de masas abre la posibilidad a nuevas interpretaciones, prácticas y sentidos que superan los viejos cánones. Así, el objeto que aparece en la vía pública es susceptible, ante la mirada atenta, de convertirse en un objeto artístico.

---

<sup>13</sup> Gianni Vattimo: Turín, 4 de enero de 1936.

<sup>14</sup> José Jiménez, nacido en Madrid, es Doctor en Filosofía. Profesor desde 1975 en la Universidad Autónoma de Madrid, y a partir de 1983 Catedrático de Estética y Teoría de las Artes en la misma. Director del Instituto Cervantes de París de octubre de 2004 a julio de 2007. En el año 2006 la Sociedad Italiana de Estética le concedió el Premio Europeo de Estética por su libro *Teoría del arte*. Ha sido Director General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Gobierno de España, Ministerio de Cultura, entre el 13 de julio de 2007 y el 24 de julio de 2009. En 2011, el gobierno de Francia le distinguió con el nombramiento de Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres.

<sup>15</sup> José Jiménez. *Teoría del arte* (pág. 242)

Dadas las condiciones estéticas actuales es posible la emergencia de nuevos discursos artísticos. Hoy por hoy, muchos pretenden instalarse en la esfera del arte urbano. Por ejemplo, el sticker encuentra en estas condiciones nuevos modos de producción y de exposición con sus propias características: ser móviles, eclécticos, descartables que parecen responder a lo que Vattimo llama “la esencia de lo estético en la tardomodernidad”.

Este trabajo se propone como un estudio de campo enmarcado en los límites generales de una investigación exploratoria.

Me interesa analizar el status del sticker como práctica artística siguiendo la línea teórica que trazan algunas de las ideas arriba mencionadas: el objeto ambiguo que interpela al espectador, la ruptura que se produce en el s XX respecto de la idea kantiana de contemplación dando lugar al efecto de shock (en términos de Benjamin), la transformación y expansión de los límites de los espacios tradicionales para la exposición de obras de arte (la *heterotropía* definida por Vattimo), el fenómeno de la reproducción técnica. También, sumando al estatus de obra que otorga el espectador receptivo, la presencia del sticker artístico inserto en el medio urbano, propicia un detenimiento de la mirada, y posibilita la emergencia de una actitud diferente en el contexto de la realidad.

Presento este estudio como una aproximación al tema, para poder distinguir el carácter artístico del sticker, ya que hasta el momento no cuento con antecedentes suficientes que me permitan establecer una descripción sistemática del mismo.

Un factor determinante del método de trabajo consiste en que la producción del sticker artístico está en actual desarrollo, con lo cual se establece como un campo en constante movimiento que sólo me permite esa aproximación especulativa. Al no contar con teorías existentes que den cuenta del tema, lo abordaré con las herramientas teóricas que he considerado apropiadas y pertinentes, sin pretender hacer un escrito oclusivo sino todo lo contrario, iniciar la discusión en torno a las prácticas del sticker artístico.

Para sumar elementos que me permitan un análisis más completo de esta práctica, utilizaré como herramientas de investigación, estudios de campo referidos al criterio

que se tiene sobre el sticker en los ámbitos específico –docentes, artistas, estudiantes de arte, todos ellos vinculados o no a las prácticas del sticker.

Existen variadas propuestas de arte pensadas para el medio urbano que se materializan mediante la pegatina. Excede los límites de esta investigación realizar un escrito que dé cuenta de los antecedentes históricos del arte urbano, más aún ante las múltiples manifestaciones y miradas que el mismo soporta. Sin embargo, para establecer un contexto que enmarque esta propuesta, resultó pertinente expresar algunas consideraciones generales para luego rastrear y acotar la búsqueda de antecedentes en las experiencias artísticas locales que tienen a la ciudad como soporte material de la obra y que han sido pegadas en los muros y otros elementos característicos de los paisajes urbanos. Esta búsqueda acotada y local se retrotrae a 1990, fecha en que realiza la primera intervención artística urbana con stickers Ral Veroni.<sup>16</sup>

### **Antecedentes históricos: afiches y carteles.**

Resulta pertinente establecer relación entre la gestación de los afiches y los stickers artísticos. En ambos casos, un medio establecido como soporte y creado con funciones prácticas, es resignificado en potencialidades artísticas.

---

<sup>16</sup> Ral Veroni nació en Buenos Aires en 1965. Es hijo del grabador italiano Raoul Veroni. Se graduó como Master of Arts in Multidisciplinary Printmaking en la University of the West of England en 1999. Vivió varios años en el exterior, en EEUU, Inglaterra, Escocia y España. Ha realizado numerosas muestras individuales, entre las cuales se destacan: *Grafitos Neopompeyanos*, Galería Pasaje 17, Buenos Aires (junio 2010); *Struggle for Life*, Neue Galerie Landchut, Alemania (2008); *Artistas y Bibliófilos*, Feria del Libro de Buenos Aires (2007); *About the bad relationship between Time and Destiny*, Street Level Photoworks, Glasgow, Escocia (2002); *La Argentina*, Centro Cultural Recoleta, Buenos Aires (2002); *Artist's Books*, Mackintosh Library, Glasgow, Escocia (2001); *Buenos Aires*, Universidad del Sur, Bahía Blanca (2001); *Artist's Books*, British Council, Edinburgh, Escocia (1999), *Pinturas y monocopias*, Alberto Elía, Buenos Aires (1995); *Pinturas*, Centro Cultural Recoleta, Buenos Aires (1993). Muestras colectivas (selección): *Litografías y dibujos*, München Künstlerhaus, Alemania (2003); *Buenos Aires Mon Amour*, Canvas International Art, Holanda (2002); *Cultural Critics*, Kellog Art Gallery, Pomona, EEUU (2000). Vive y trabaja en Buenos Aires.

(Ver en: <http://plas-art.com/plastories/ral-veroni/>)

Se presenta en la pág. 41 una entrevista mantenida con el artista referida al tema de esta investigación.

En el caso de los afiches, Jules Chéret (1836-1933) se apropió del medio de difusión popular utilizado para promocionar funciones de circo -como el del *Cirque Rancy* a mediados de los años 1860- y, combinando el lenguaje visual del arte popular con sus conocimientos técnicos en litografía, dio inicio a la tradición artística del cartel. Es destacable también que sus producciones quiebran con la tradición del grabado, que se basaba en la reinterpretación de obras del pasado con la finalidad exclusiva de reproducir obras lejanas para un público nuevo y ávido de arte. En sus trabajos se produce una doble apertura, por un lado se separa de la tradicional forma de trabajo de los grabadores -acotados a la reproducción- y por otro lado, encuentra un nuevo soporte para sus obras: el cartel. Al tomarlo como medio de expresión artística, cambia la tradición del lenguaje del cartel, que en sus inicios reproducía el lenguaje plástico de la pintura. Este soporte proporcionó una novedad a las formas de difusión de la obra, que es emplazada en un lugar completamente novedoso: el espacio público.

En el caso de los stickers, la apropiación se produce sobre el soporte lúdico de las figuritas infantiles autoadhesivas por jóvenes productores que encuentran en dicha tradición (la del juego) el soporte idóneo para una nueva experiencia estético-artística. En el caso local, Ral Veroni, cuya experiencia se puede considerar como un hito dentro de esta práctica, manifiesta que en sus inicios fijó su atención en dos costumbres populares: la colección de figuritas y el modo de difusión de las bandas de rock underground, cuyas acciones se divulgaban mediante pequeñas imágenes pegadas junto a los timbres de los colectivos.

En el texto que incluye el catálogo de la exposición *Difíciles eran las de antes. Figuritas argentinas 1920- 1990*<sup>17</sup>, Oscar Smoje dice:

---

<sup>17</sup> *Difíciles eran las de antes. Figuritas argentinas 1920- 1990*. Muestra realizada en el Palacio Nacional de las Artes. Ciudad de Buenos Aires, del 13 de marzo de 2014 al 1 de junio de 2014.

En la muestra se reúnen figuritas de todo tipo: de fútbol, animales, series de televisión, superhéroes (algunas de ellas datan del año 1969, las primeras figuritas autoadhesivas, *stickers*, de circulación nacional). Se promocionaban como elementos “extra” en los álbumes, y se destacaba su presencia mediante la leyenda “con sticker de regalo”. Los nuevos soportes-objetos que llamamos stickers gozan de una amplia y larga tradición dentro de la memoria colectiva y etaria. Forman parte de la historia del juego de nuestros contemporáneos. Quienes hoy realizan obras con stickers han visto, a lo largo de sus vidas cómo el soporte iba apareciendo y expandiendo sus influencias a lo largo del tiempo.

...¿Quién en su infancia no tuvo en sus manos figuritas de cartón? Antes de la era digital, seguramente muchos. Algunos hacían del acopio de miniaturas una actividad asocial, completamente individualista: coleccionaban con celo fetichista para llenar un álbum pulcro que quizá luego sería mostrado de manera privada a unos pocos. Para muchos otros, en cambio, las figuritas permitían sociabilizar entre pares: mientras jugábamos a la tapadita, a la volteada, al espejito o al chupi hablábamos sobre la escuela, nuestras familias y amistades... Jugar a las figus y completar álbumes eran actividades fundamentales de la infancia que, apenas iniciada la adolescencia, se olvidaban completamente. Sin embargo, sin saberlo, los pibes y pibas legamos al mundo adulto algunas expresiones de uso coloquial, como "no te hagás la figurita difícil", "esta es una figurita repetida" o "más gastada que figurita de chupi". Cultura popular y memoria colectiva se entrelazan en esta muestra sobre figuritas argentinas de 1920 a 1990. Un viaje colectivo por la historia de las figuritas que es, al mismo tiempo, un recorrido por la memoria nacional...

Volviendo a los carteles o afiches, estos remontan su aplicación y presencia continua en el arte urbano a los años 50 y se entrelazan con el crecimiento de la industria de la publicidad. Artistas con miradas innovadoras se han apropiado del medio como forma de producción desde sus comienzos. El uso del cartel ha crecido hasta convertirse en uno de los mayores productos de los medios de comunicación, un vehículo muy significativo a través del cual las empresas pueden comunicarse con el público en general. Innumerables artistas urbanos han tomado al soporte, y a través de él se han manifestado en lucha contra la manipulación de los consumidores o con mensajes de muy variadas raíces, ya sean políticas, sociales o estéticas.

Las sociedades cambian todo el tiempo, y ningún medio artístico refleja este rápido ritmo de vida mejor que el cartel. Se ha utilizado para llamar la atención durante cientos de años. Nuestra comprensión actual del cartel se conecta principalmente con el papel, aunque en la actualidad su materialidad sea mucho más amplia y aunque en sus inicios, en las antiguas Grecia y Roma, se hayan utilizado directamente inscripciones murales para promover batallas y eventos profesionales.

Antecedentes de los afiches, los escritos en calles y monumentos se conocen desde el período arcaico griego a fines del siglo VIII y comienzos del VII a.C. En el siglo VI a.C.; soldados mercenarios dejaron huella de sus nombres sobre estatuas y templos funerarios egipcios. Con respecto a los antecedentes, es posible ir incluso un poco más



atrás, y pensar en las experiencias murales como hechos que acompañaron el transcurso del hombre por el mundo:

... Es posible tener en cuenta también como antecedente, aún más remoto, otro tipo de huellas voluntarias dejadas por personas en épocas prehistóricas. Así, se ha considerado en muchas ocasiones que las pinturas rupestres como las halladas en las cuevas de Altamira, por ejemplo, se relacionan no sólo con el origen de las artes plásticas sino también con un aspecto muy propio y característico del graffiti: la necesidad de marcar un territorio y dejar huella. Sin embargo, aunque el graffiti puede ser según los casos tanto verbal como icónico –por lo que el antecedente de los dibujos prehistóricos podría ser tomado en cuenta-, no es claro que, en el contexto prehistórico, haya existido algún componente ligado a la transgresión como sí aparece en la idea habitual que se tiene del graffiti en la actualidad y que se tuvo, en alguna medida, a pesar de su difusión, también en la Antigüedad grecorromana. Por otra parte, la ampliación de su práctica siempre se ha visto asociada a la vida urbana y a su crecimiento, algo que por supuesto no cuenta para la época prehistórica...<sup>18</sup>

También en Grecia y Roma antiguas se fabricaba *papel*. La palabra viene de papiro, y fue producido originalmente en Egipto -desde alrededor del 3000 AC-. El método moderno de la fabricación de papel (de la pulpa de madera) fue descrito por primera vez por un oficial de la corte china, Cai Lun, en el año 105, pero, se necesitaron muchos siglos para que llegara a Occidente, donde se comenzó a utilizar como pergamino en la Edad Media.

Con el descubrimiento de los tipos móviles de Gutenberg en Europa en el siglo XV, comenzaron a realizarse pancartas con palabras impresas. Pero fue la invención de la litografía a finales del siglo XVIII que resultó un verdadero hito en la historia de los carteles. Junto con los métodos simplificados de producción de papel y el desarrollo de la litografía a color en el siglo XIX, el cartel finalmente se instala como vehículo publicitario.

Desarrollado por primera vez en Francia, en la década de 1890, el cartel a color se extiende por toda Europa. Varios artistas crearon arte con carteles durante este

---

<sup>18</sup> Claudia Kozak es Doctora en Letras (UBA). *Contra la pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas.* (pág 20)

período: Jules Chéret y Henri de Toulouse-Lautrec se encuentran entre ellos. James Pryde y William Nicholson, artistas británicos conocidos como los *Beggarstaff Brothers*, utilizan planos de papel para crear posters que se diferenciaban por sus innovadores diseños.

Antes del estallido de la Primera Guerra Mundial, los carteles fueron diseñados principalmente por artistas. Gustav Klimt y Alfonso Mucha trabajaron en el campo de la publicidad, y a menudo firmaban los carteles publicitarios del mismo modo que sus pinturas. En la década de 1920, surgieron en Estados Unidos cada vez más agencias de publicidad, abocándose exclusivamente al diseño de material publicitario. Con esta especificidad, los carteles diseñados por artistas fueron cada vez menos comunes.

En la década de 1950 la impresión offset experimentó un auge en el sector comercial. Desde entonces, el número de carteles en las ciudades ha crecido constantemente, al igual que la implementación de proyectos de ley para los espacios públicos y privados. Los espacios publicitarios siguen caracterizando y dando forma a las ciudades actuales, y han convertido al cartel en uno de los medios de comunicación más difundidos en el mundo.

Hoy en día, los carteles anuncian productos con gran pregnancia y claridad, así como ideas, hechos o servicios. Tienen que ser diseñados para agregar valor, reconocimiento y distinguir al producto propio del de la competencia. Como la producción en masa ha crecido de manera exponencial a través de la industrialización, distinguirse entre la multitud se ha convertido en una tarea cada vez más difícil.

La introducción del color en el diseño abrió nuevas posibilidades creativas, junto con la utilización de plantillas y de calcomanías, que se pegan a los objetos del mismo modo que una estampilla o sello de correos de una carta.

Cuando R. Stanton Avery<sup>19</sup> inventó la etiqueta adhesiva en 1935, la industria no reconoció de inmediato el enorme potencial de este producto. Tardó veinticinco años en explotarlos adecuadamente. La etiqueta adhesiva (más conocida hoy en día como

---

<sup>19</sup> R. Stanton Avery (1907- 1997) fue inventor, conocido por la creación de etiquetas autoadhesivas (stickers). En 1935 fundó lo que hoy es el Avery Dennison Corporation.

sticker) podía ser impresa y pegada sobre casi cualquier superficie, y no necesitaba, a diferencia de las calcomanías, ser humedecida para su colocación.

Desde entonces, los stickers han ido aumentando su popularidad fuera del campo del diseño de productos – diseño gráfico y/o industrial-. A menudo se distribuyen en las campañas políticas, o son colocados en cuadernos, libros escolares, coches y valijas. Frecuentemente, los stickers indican una opinión personal, gustos o ideales. La fascinación moderna con el diseño rápido y creativo de todo tipo de superficies ha ampliado el uso del sticker mucho más allá de su aspecto funcional, llegando a manos de creadores que han encontrado en el medio un soporte ideal para la producción de obras urbanas.

Durante el siglo XX, los afiches se hicieron populares con los dadaístas. Fueron introducidos en lugares públicos por individuos y grupos de artistas que a mediados de siglo estaban empezando a utilizar panfletos/carteles en protesta contra las campañas de publicidad que impregnaban el espacio urbano. Los artistas tomaron posición, particularmente en los países dominados por la economía de mercado, en los que el cartel fue utilizado casi exclusivamente para promover ventas. Se utilizaba el medio *cartel* para exponer obras al público en general y dar difusión a sus opiniones.

En la década de 1960, algunos artistas comenzaron a usar impresiones/posters de gran tamaño y a apropiarse de los espacios de los carteles. El artista conceptual estadounidense Joseph Kosuth fue uno de los primeros en utilizar los espacios propios de la publicidad para sus ideas, colocando sus mensajes en vallas publicitarias y en las secciones de anuncios de revistas. Posteriormente se apropia de un medio típico de la cartelería publicitaria, llevando sus mensajes a través de palabras en neón.

De origen irlandés, Les Levine se hizo famoso a finales de los años 70 con una obra que era la impresión pegada en el interior del metro de Nueva York, de una foto en la que aparece una pareja asiática y la leyenda *No tenemos miedo*. Además, desde la década de 1980 ha cubierto grandes espacios publicitarios en las ciudades del interior con su obra que invita a la reflexión, a través de la combinación de imágenes con textos irónicos cortos.

A fines de los años 70, la artista estadounidense Jenny Holzer ha pegado afiches con lemas como *El excedente es inmoral* y *Protégeme de lo que quiero* en cabinas de teléfono y paredes de casas, en el marco de sus *Ensayos y series*; y en los años 80 Bárbara Kruger, por su parte, utiliza anuncios para mostrar sus mensajes en los espacios públicos de las ciudades.

Sólo algunos de los artistas que han trabajado con pegatinas o carteles en los espacios urbanos han revelado sus identidades. Por lo general, envían mensajes para la opinión pública en forma anónima.

Sin embargo, el mayor acto creativo de rebelión en el espacio urbano fue el movimiento graffiti, prueba de existencia ante el anonimato de la vida urbana.

Algunas clases de graffitis pertenecen a toda época y a todo lugar, piénsese por ejemplo en nombres devastados en los troncos de los árboles. Pero en la segunda mitad del siglo XX, este tipo de manifestaciones se anclaron en las subculturas<sup>20</sup> de jóvenes occidentales.

...Teniendo en cuenta su relación con las diversas subculturas jóvenes, la genealogía moderna del graffiti se remonta a dos orígenes o momentos fundamentales: los graffitis del Mayo francés y los graffitis neoyorkinos de los setenta...A los que se puede agregar...un tercer momento latinoamericano en los ochenta...<sup>21</sup>

Los graffitis del Mayo francés corresponden a inscripciones que los estudiantes pintaban en las calles y en las universidades combinando muchas veces usos lúdicos, poéticos y políticos del lenguaje. Se producen a raíz del movimiento político y cultural que se dio, con cierto grado de espontaneidad, en la primavera de 1968 en París. Involucró a estudiantes universitarios y secundarios como así también a amplios sectores obreros del país, lo que condujo a la mayor huelga general de la historia de Francia.

---

<sup>20</sup> Se toma por subcultura a la definición que da C. Kozak en el libro *Contra la pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*, que dice: "...modos en que algunas zonas de las culturas jóvenes se constituyen en espacio no complaciente con cierto grado de resistencia al sistema..."- pag. 40

<sup>21</sup> Claudia Kozak . Op cit. pág 20

En Estados Unidos, los adolescentes de Nueva York y Filadelfia comenzaron a marcar sus barrios con graffitis, que en principio eran sus apodos, a modo de firma. Esta demarcación fue una práctica que se extendió rápidamente, y en 1971, el New York Times publicó una historia sobre él. Cientos de jóvenes, inspirados por la nota que le hicieran al graffitero Taki183, salieron a las calles para escribir su propio nombre. Más allá de la cobertura de la prensa y del enorme grupo de jóvenes motivados que graffiteaban los muros ciudadanos, esta forma de demarcación se extendió en todo el mundo por las intervenciones realizadas a los vagones de tren de Nueva York. Estos proporcionaron una superficie ideal para difundir los nombres través de todos los distritos de Nueva York y más allá.

En Argentina, antes de 1980 los graffitis son esporádicos y de tipos diversos. Es a partir de esa década en que comienzan a encontrarse más asiduamente pintadas ingeniosas, primero, y de firma o personales más adelante. También, las manifestaciones culturales jóvenes se expresan en graffitis con fragmentos de canciones, alusiones a bandas de rock en castellano o inglés.

En Latinoamérica los movimientos de izquierda de los años 80 se proponen incorporar las artes a la realidad y reivindicar su valor social. La reproducción masiva proporcionaba un medio idóneo para un arte participativo y político que encuentra en la calle el soporte ideal.

... Una puesta en común de algunos colectivos peruanos, argentinos y chilenos durante los años ochenta es el nuevo impulso que se le da a la serigrafía como herramienta política privilegiada y, con ello, el despliegue de renovadas formas de acción gráfica como una forma distinta de socialización del arte. Sin duda, la opción de la serigrafía se engarza en una larga tradición de la gráfica de izquierdas que, en sus distintas vertientes desde el siglo XIX, prefirió el grabado antes que, por ejemplo, la pintura al óleo, con argumentos que, desde la propia técnica, buscaban potenciar las condiciones de recepción y circulación. Resultan decisivos los alcances de una técnica que permite la producción de ejemplares múltiples en vez de una obra 'única', apostando así por la

facilidad de difusión de un medio de producción relativamente sencillo y barato, a lo cual se suma la condición experimental de la gráfica y de la serigrafía...<sup>22</sup>

El uso de la serigrafía y la electrografía (textos y/o imágenes reproducidos mediante fotocopias, también llamados xerografías) permitieron un acceso rápido y económico a la producción gráfica. La reproducción masiva destinada a la calle o a la circulación contracultural, incorporan un nuevo vocabulario icónico y visual de fuerte confrontación política y social.

En Argentina, trabajan con carteles políticos los colectivos GAS-TAR (Grupo de Artistas Socialistas-Taller de Arte Revolucionario) luego llamado C.A.Pa.Ta.Co (Colectivo de Arte Participativo –Tarifa Común)<sup>23</sup> quienes trabajaron con talleres ambulantes de producción gráfica y, excepcionalmente, han impreso directamente en las calles y muros de la ciudad.

... Estas iniciativas gráficas en pos de una creación colectiva logran interpelar a un sinnúmero de personas (peatones casuales o manifestantes) para que se transformen en ejecutantes activos de las obras. En Buenos Aires se suceden producciones grupales que implican la instalación del taller serigráfico en la calle o la aplicación directa de serigrafías sobre el pavimento, murales callejeros en base a fotocopias (xerografías) o la producción masiva de ‘afiches participativos’ para que la multitud intervenga o complete...<sup>24</sup>

En correspondencia con en el texto *Pensar la forma humana*, la producción de estos colectivos puede pensarse como

...la emergencia de formas de producción gráfica que entrecruzan con ambivalencia y sarcasmo la iconografía política, el imaginario visual urbano y las imágenes de los medios de comunicación... las intervenciones gráficas de Ral Veroni y Juan Carlos Romero en Argentina, desborda las formas clásicas de la serigrafía entendida como

---

<sup>22</sup> López, M; Cristi, N; Manzi J; Keller, A y Carvajal, F. En *Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina*. (pag.23.)

<sup>23</sup> Integrado por Coco Bedoya, Mercedes Idoyaga, Daniel Sanjurjo, Fernando Amengual, Diego Fontanet, Joan Prim y otros.

<sup>24</sup> En *Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina*. (pag.24).

herramienta de comunicación popular hacia un modelo de acción donde respuesta gráfica y diversas formas de activismo se intersectan...<sup>25</sup>

En esta línea de trabajo se enmarca la obra de Ral Veroni *Bienvenidos al Circo*, proyecto realizado entre los años 1991 y 1995 como respuesta a la corrupción generalizada en la clase política argentina. Consiste en una serie de *prótesis anatómicas gráficas* con forma de bocas y narices de payaso, cuernos, huesos, ojos espiralados, orejas multicolores y narices de Pinocho. Estas imágenes fueron impresas en serigrafía sobre papel auto-adhesivo, repartidas entre los transeúntes y adheridas por el mismo Ral Veroni y asociados a los posters de los políticos, como una manera de otorgarles a los candidatos un rostro más *creíble con respecto a las promesas electorales*.

Se podría especular que los primeros stickers pensados como medios de arte en nuestro país fueron los de Ral Veroni para su *Muestra nómada* y para *Bienvenidos al circo*, en los años 90. Como se dijo antes, su producción está vinculada a medios democratizadores del arte, enmarcados en motivaciones políticas y sociales. El medio utilizado es la serigrafía a color, para producir una gráfica que se destaque del resto de las publicaciones en serie, normalmente en blanco y negro por cuestiones de costo.

Muy distinto es lo que ocurre en Estados Unidos, donde el uso del sticker está vinculado a cuestiones legales derivadas de la persecución estatal a los *writers* (artistas del graffiti). En 1972, en la ciudad de Nueva York se aprobó una ley anti-graffiti en un intento de poner fin a estas actividades. Una solución ingeniosa consistió en la aplicación de estas propuestas en otro formato/soporte: el papel adhesivo.

Este medio abrió nuevas posibilidades de difusión de imágenes rápidamente, incluso se propagaron por lugares difíciles, con una vida útil de unas pocas semanas a varios años. Este nuevo producto, producido por la compañía Stanton Avery, pronto se hizo muy popular, llevado a la calle con el sticker *Hello, my name is...* (Hola, mi nombre es...).

---

<sup>25</sup> En *Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina*. (pag.28).

Como práctica artística contemporánea, los stickers se encuentran simultáneamente en distintas ciudades. Si bien el campo de estudio abordado es la ciudad de La Plata en el período 2010-2014, he relevado ejemplos existentes en ciudades emblemáticas de Latinoamérica, como Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina; Sao Paulo y Río de Janeiro, Brasil; Bogotá, Colombia y Distrito Federal, México, encontrando ciertas semejanzas y algunas diferencias en su desarrollo.

## 1.- El sticker como manifestación artística

Durante siglos nuestra tradición cultural y artística ligó la experiencia del arte con la relación íntima, profunda y la contemplación del espectador. Pero esta relación parece no ser la que rige en el caso de las manifestaciones del arte contemporáneo. Parece que se ha perdido la distancia reverencial que en otros tiempos era una exigencia a la que debía acceder el espectador. Las obras ya no están rodeadas del *aura*<sup>26</sup>, bajan de su pedestal y se sitúan a la altura del espectador, esta distancia a la que hago referencia es la que se reproduce en los museos donde las obras nunca están al alcance de la mano<sup>27</sup>. En el museo tradicional, el silencio y el recato hacen sentir al espectador más cerca de una experiencia de índole religioso que se reproduce en el recinto de exposición.

El fundamento filosófico de esta relación sacralizante tiene como eje la categoría de contemplación de lo bello expuesta por Kant<sup>28</sup>, donde la contemplación de un objeto supone no ir más allá del objeto mismo, sino dejarlo subsistir libremente al margen de

---

<sup>26</sup> Walter Benjamin define aura como “la manifestación irreplicable de una lejanía (por cercana que pueda estar)” El concepto de aura en Benjamin es la garantía de autenticidad de la obra. El aura de la obra es lo que la fija. *Conceptos de filosofía de la historia*. Cap. “La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica”. (pág. 155).

en un punto determinado del flujo constante de la historia.

<sup>27</sup> Blindaje antibalas, alarmas, cordones de seguridad, custodia, etc.

<sup>28</sup> Immanuel Kant: Prusia, 22 de abril de 1724- Königsberg 12 de febrero de 1804. (1790) *Critica a la facultad de jugar*.



cualquier otra consideración. Esta idea de contemplación kantiana nos hace pensar en un paralelismo con la experiencia religiosa.

...En la época de la Ilustración, en un contexto de crítica a las creencias religiosas como superstición, el espíritu profundamente religioso que es Kant propugna una religiosidad interior, íntima, al estar a solas con Dios, característico de la espiritualidad protestante o reformada, frente a la usual asociación de la religión con la prosternación, el rezar con la cabeza inclinada, con ademanes y voces contritos y temerosos'...<sup>29</sup>

Es ese modelo que a fines del siglo XVIII, asocia la experiencia religiosa con una dimensión interior, íntima, y la experiencia estética con un placer contemplativo.

La idea kantiana de contemplación, de quietud y éxtasis como requisito indispensable para una correcta apreciación estética, pierde vigencia en la actualidad con la introducción de obras *no aurática*, como por ejemplo, los readymade y los variados discursos artísticos del siglo XX. Las nuevas obras no apelan a la serenidad de la contemplación, se caracterizan, en términos de Walter Benjamin, por su efecto de *shock*<sup>30</sup>. El correlato con estos nuevos discursos artísticos es la necesidad de un nuevo tipo de espectador-receptor, capaz de sentir la provocativa problematicidad de un arte ambiguo y des-definido como de aventurarse a una nueva definición de arte y de experiencia estética.

El siglo XX ha sido sin duda el siglo del movimiento, de la ruptura y de las revoluciones inconclusas. El arte no ha sido la excepción. Las transformaciones sufridas o acontecidas en el campo artístico fueron instalando una nueva necesidad: la de la participación del receptor, atento y activo, como dador de sentido ante las propuestas del arte. La complejidad y la vacuidad de ciertas manifestaciones artísticas contemporáneas -piénsese en lo que se conoce como Arte Pop- requieren de un

---

<sup>29</sup> José Jiménez en *Más allá de la contemplación estética* de Elena Oliveras (pág. 18). José Jiménez: nacido en Madrid en 1951 es Doctor en Filosofía. Profesor desde 1975 en la Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>30</sup> Dice Elena Olivera en su libro *Estética, la cuestión del arte*: "Para entender en profundidad en que consiste el efecto de shock es importante tener presente la vivencia del hombre de la ciudad, que las obras dada y el cine, a su manera, reflejan. Podríamos decir, que si la tranquilidad del movimiento del caminante de la ciudad antigua queda reflejada en la experiencia *contemplativa* del espectador tradicional, el frenesí y la violencia que sufre el caminante de la ciudad moderna queda reflejado en la experiencia del *shock* del nuevo espectador". Cap. "La escuela de Frankfurt y la industria cultural. El Shock." (pág. 295).

espectador que ya no sea meramente contemplador sino que participe del sentido histórico de la obra. Este nuevo fenómeno que es el *público de arte* va de la mano con el acceso casi irrestricto a las obras por medio de la reproductibilidad que además de masificar las obras se ha convertido -en la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI- en recurso técnico-artístico.

En su artículo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Walter Benjamin se propone estudiar los mecanismos productivos de los nuevos lenguajes del siglo XX y de su influencia en la difusión y recepción de la obra de arte en general.

La fotografía y el cine tienen como rasgo específico de su producción *la reproductibilidad*<sup>31</sup> y una existencia múltiple. La particularidad de una existencia múltiple y, por ello, de una recepción múltiple, atenta directamente contra una de las categorías que delimitaban lo artístico: el original o la obra de arte aurática en términos de Benjamin. El concepto de original, que arrastra el supuesto de la importancia de la firma y la figura del autor, tiene la excelsa facultad de poseer el poder de ser recepcionada por un público pequeño, exclusivo. La reproductibilidad técnica, principal característica del arte post-aurático, desdibuja su estatus de único al someterlo a la manipulación técnica y otorgarle un nuevo sentido: una existencia múltiple y polisémica. Esta transformación en los modos de producción, reproducción y difusión artísticas hacen que las categorías que determinaban y definían al arte moderno ya no sean abarcativas de los nuevos discursos y que su recepción sea a la vez dificultosa y compleja. La des-definición del arte que se da en la segunda mitad del siglo XX tiene como correlato las nuevas miradas necesarias para entrar en los sentidos posibles de una obra contemporánea, es decir, en un nuevo tipo de experiencia estética. Ésta ya no podrá estar ligada a lo meramente sensorial ni a la pasiva contemplación del espectador tradicional. Es necesario que el público del arte participe activamente con las obras, actuando en función de los requerimientos que cada una le sugiera. Interpretar y participar suponen el devenir en un estado, el hecho o la idea de *devenir* supone la participación del espectador en un proceso que se da en diálogo con la obra. En ese juego sensorial la obra y el público se encuentran unidos por este proceso, y es cuando ocurre lo que llamamos experiencia estética.

---

<sup>31</sup> Dice W. Benjamin: "La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción" *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* *Discursos interrumpidos I*. (pág. 27).

Según la definición de John Dewey<sup>32</sup> en su texto *El arte como experiencia*, ésta estaría acotada y caracterizada por la completitud. Tener una experiencia es hacer un recorte en un flujo indiferenciado con un principio y un fin.<sup>33</sup> El espectador de las manifestaciones artísticas contemporáneas deberá valerse de un cierto nivel de conocimiento, que le permitirá acceder a la obra y, de esta manera podrá constituirse como el *lector ideal* de la misma.

La incorporación al campo del arte de objetos extraños a él hace evidente una crisis interna de las viejas categorías artísticas.

...Contaminado por la técnica y por la proliferación de procesos estéticos de representación no específicamente artísticos, el arte se ha ido apropiando de procedimientos y soportes que le eran extraños, tanto en su configuración clásica como en ese otro clasicismo específicamente moderno que fue el horizonte de las vanguardias históricas...<sup>34</sup>

Es por esto que se requiere una nueva lectura de las experiencias de quien se enfrenta a las nuevas obras. Pero todas estas cuestiones no son nada sin la intervención en los discursos artísticos de la mirada del espectador, que ideal o no, pueda darle sentido y actualidad a lo que sea el arte hoy.

...Perplejidades paralelas...se reproducen en correspondiente teoría del arte, según la cual un objeto material (o artefacto) se dice obra de arte cuando así se considera desde el marco institucional del *mundo del arte*...<sup>35</sup>

Las múltiples propuestas artísticas hacen necesaria una nueva reflexión acerca de las categorías del arte y su existencia; y también de las nuevas exigencias que implican su recepción por parte de un nuevo tipo de espectador.

---

<sup>32</sup> John Dewey: Vermont, 20 de octubre de 1859- Nueva York, 1 de junio de 1952.

<sup>33</sup> Dice J. Dewey: "Tenemos una experiencia cuando el material experimentado sigue su curso hasta su cumplimiento. Solamente de vez en cuando se integra aquélla y se delimita de otras experiencias, dentro de la corriente general de la experiencia" *El arte como experiencia*. (pág. 56).

<sup>34</sup> [José Jiménez. Teoría del arte \(pág. 243\)](#)

<sup>35</sup> *La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte*. (pág.27)

...¿Podemos decir que existe *un* público del arte? En términos estrictos, no...lo que existe son *públicos*. Tal es el correlato lógico de formas de arte en extremo variadas surgidas a lo largo del siglo XX y en lo que llevamos recorrido del siglo XXI...<sup>36</sup>

La diversidad de receptores depende asimismo del ámbito dentro del cual se encuentran las obras: algunas circulan dentro del recinto tradicional del museo o de la galería, mientras otros lo hacen fuera de él.

...Atento a la reacción del espectador frente a la obra de arte, Ballo<sup>37</sup> distingue cuatro tipos de 'ojos': el común, el snob, el absolutista y el crítico. Es éste quien más profundamente capta los significados de la obra, convirtiéndose así en un auténtico 'lector modelo'...El ojo común es el individuo que dice no entender de pintura, de poesía, de música y que después, apenas entra en confianza, defiende con tenacidad su punto de vista...El ojo snob... no lee ni estudia en serio porque no tiene verdadero amor, verdadero interés por comprender las cosas: le basta aparecer, hacer buena figura; sobre todo causar impresión...El ojo absolutista...o todo o nada, o sí o no, gran arte o idiotéz. No se trata esta vez de un tipo psicológico con complejos, sino de un observador polémico, que parte siempre de un único ángulo visual para todas las obras de distintas culturas y de diversas épocas...El ojo crítico...requiere conocimiento histórico del ambiente y de la cultura en la cual el artista y su obra se han desarrollado...<sup>38</sup>

Con el advenimiento de las sociedades técnicamente avanzadas los medios de comunicación masivos cumplen una función preponderante, no sólo comunicando sino también estableciendo parámetros de realidades, posibilitando la recepción múltiple y simultánea de los discursos artísticos a un mayor número de espectadores. Vale aclarar que esta simultaneidad es, también, de un nuevo soporte de exposición a nuevos públicos.

Lo que se siente de un modo cada vez más acusado en el arte de hoy, inmerso en la transición hacia una nueva época, es una experiencia de doble sentido. Por un lado, el

---

<sup>36</sup> Oliveras E: *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un nuevo espectador del siglo XXI* (pág.123)

<sup>37</sup> Guido Ballo: Adrano 12 de abril, 1914 - Milán, 26 de julio de 2010, fue un escritor y crítico de arte.

<sup>38</sup> Oliveras E: *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un nuevo espectador del siglo XXI* (pág.143-145)

arte ha perdido de forma irreversible la posición predominante, jerárquica, en el universo de la representación sensible que había ocupado desde el Renacimiento hasta fines del siglo XIX. Por otro, su lugar en el actual universo osmótico y transitivo de la representación es el de una *intercomunicación circular*, de *apropiación y distinción*, respecto a la inmediatez estética, a la mera utilización práctica o comunicativa de la imagen ... la obra de arte tiene, en nuestro tiempo, el sentido principal de una ruptura, de una diferenciación en la cadena indistinta de signos que constituye el universo cultural de las sociedades de masas. Frente a la globalización comunicativa, el *arte aísla, corta, detiene, ralentiza, acelera, invierte y subvierte*. En definitiva: diferencia la imagen, estableciendo así una *poiesis*, producción de conocimiento y placer, puesta en obra de la verdad y de la emoción a través de la síntesis de lo sensible y el concepto...<sup>39</sup>

En el caso que estudio, la calle se establece como ese lugar donde se hace posible la experiencia estética. Esta pluralidad de públicos, lugares de exposición, difusión y consumo produce una ruptura con la idea moderna de que el arte tenía un lugar determinado como práctica humana y permite pensar el arte en términos más amplios.

El hecho de estar en diálogo con la obra inserta en el espacio urbano implica una distensión de la *opresión* de lo cotidiano; participar de la propuesta de una obra cambia el eje de la experiencia y se sobrepasa su sentido diario... La apertura a otro mundo –más allá de la realidad cotidiana- es el paso más importante hacia la experiencia estética. Como dice Jauss:

... sólo en el plano reflexivo de la experiencia estética, el observador saboreará o sabrá saborear estéticamente situaciones de la vida que reconoce en ese instante o que le afectan personalmente, siempre que, de manera consciente, se introduzca en el papel del observador y sepa disfrutarlo...<sup>40</sup>

Vattimo habla de una apertura propiciada por el pensamiento postmoderno, que sucede en sociedades tecnológicamente desarrolladas que por ello permiten un acceso diferente y más fluido a ciertas manifestaciones artísticas actuales por parte del

---

<sup>39</sup> José Jiménez. Teoría del arte (pág. 244)

<sup>40</sup> Jauss, H. *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. (pág. 34)

público; el arte rompería los límites de los espacios tradicionales, como el museo, las galerías, las bienales, los centros de exposición, para llegar a lugares que se le creían ajenos, esto es lo que el autor llama el pasaje de la *utopía a la heterotopía*. Con el término *heterotopía* se hace referencia a un lugar no especializado, y se lo incluye, de algún modo en nuestra experiencia cotidiana o como sostiene el autor, estetizando la existencia. Como contrapartida, la idea de un dominio específico del arte tiene como supuesto una visión que separa la experiencia estética de las experiencias cotidianas.

...La diferencia entre arte y realidad depende sólo de ... convenciones, y todo aquello que estas convenciones autoricen como obra de arte, será una obra de arte...<sup>41</sup>

Bajo esta mirada, el arte estaría en tensión entre la realidad y las experiencias del arte, y tanto pensarlo como totalidad o como parte de la experiencia cotidiana, acotaría su sentido, que se produce inmerso en la realidad, pero distinto.

...hay dos clases de actitudes ante cualquier clase de objeto, de suerte que la diferencia última entre arte y realidad es menos una diferencia entre tipos de objetos que una diferencia de actitudes, y por lo tanto lo que importa no es con qué nos relacionemos sino cómo nos relacionamos...<sup>42</sup>

Siguiendo a Kant, Vattimo también sostiene que los objetos -o mejor dicho, la belleza- crean comunidad. Esta comunidad, a su vez, crea mundos y participamos de ella en tanto compartimos e identificamos objetos y discursos comunes; pertenecer implica aceptar como bello o como arte cosas similares. Esta posibilidad de universalizar la experiencia o la apreciación estética se ve minada por la posibilidad que nos ofrecen los mass media, que fragmentan la pretendida universalidad de la experiencia estética moderna y logran comunidades heterodoxas y múltiples.

Más allá de la mirada legitimadora del público y la pertenencia a un circuito determinado, el sticker reúne ciertas cualidades que lo delimitan dentro del campo del arte: están realizados con medios artísticos -pueden ser pintados, dibujados, impresos

---

<sup>41</sup> Danto, A. *La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte.* (pág. 61)

<sup>42</sup> Danto, A. op. cit. (pág.49)

por métodos mecánicos, fotomecánicos, electrónicos o digitales-, son coleccionables - como las estampillas o los afiches- e intercambiables -en este sentido, comparten la tradición de los mailartistas, en cuyos encuentros se propician todo tipo de intercambios-; desde el punto de vista expositivo, comparten el espacio de exhibición con otras prácticas de arte urbano, ya consensuadas por la tradición artística -afiches, estenciles, murales- y están haciéndose presentes en salas de exposiciones, por ejemplo, varios muros/ventanas/vidrieras del Pabellón de la 31 Bienal de Sao Paulo presentaban obras así resueltas. Existen publicaciones específicas sobre el tema, que lo abordan directamente como práctica artística y suelen anexar a las fotografías o diseños, páginas con stickers troquelados que pueden desprenderse para ser aplicados en soportes varios, como las publicaciones de *Stickerbomb*, *Peel* o *Stickers* ya mencionadas.

Un rasgo distintivo de los stickers en general y de aquellos que postulo artísticos estaría dado por su utilidad. Si bien los stickers que tienen utilidad están desarrollados con los mismos medios artísticos, la finalidad de esa producción tiene que ver con problemáticas extraartísticas. Los primeros tendrían siempre una función práctica determinada: como los que corresponden a marcas y se pegan en los productos comercializables, por ejemplo, en las frutas: dan cuenta de su procedencia, año de cosecha y otros rasgos propios de su origen; los que acompañan algunas ediciones de cd's y funcionan como medio de publicidad de los grupos musicales presentados; los stickers de familia, aquellas situaciones de relaciones familiares que se pegan en la parte trasera de los autos y que denotan rasgos sociales de quienes los exhiben; las figuritas coleccionables para niños, que son autoadhesivas por una cuestión práctica y su finalidad es estrictamente lúdica; los stickers que se entregan al ingresar a museos o instituciones de arte, cuyo objetivo es la identificación de los visitantes; los que promocionan y ofrecen, acumulados en postes de carteles u otros elementos propios de lugares públicos, distintos tipos de servicios a la comunidad, como trabajos de cerrajería, herrería, arreglos de prendas, etc. Podría seguir rastreando ejemplos que se valen de las propiedades, potencialidades y beneficios del uso de los stickers como medios para fines concretos y determinados. No lo haré, puesto que lo que interesa aquí son los stickers artísticos. Estos dispositivos no entrañan funcionalidad instrumental y pretenden actuar en el campo del arte; para ello bastaría que

cumpliesen con su función estética, más allá del uso, el soporte o el espacio donde finalmente fueren exhibidos. Y aquí reside su carácter artístico, ligado inexorablemente a la mirada, aceptación, reconocimiento y valoración del espectador, que necesariamente debe aceptar a las propuestas de *stickers artísticos* como posibles nuevos emergentes de manifestaciones del arte. Públicos variados, producciones múltiples, autores anónimos, obras descartables. A la vista de todos y sólo percibidos por entendidos. O a la vista de pocos y encontrados por azar o, contrariamente, por la búsqueda obsesiva de quienes comparten su comunidad. Los stickers artísticos se hacen presentes en el medio urbano e invaden la ciudad, pública o privadamente. Sólo hace falta prestar atención para dejarse maravillado por este universo en crecimiento.

## **2.- Vivir la ciudad.**

### **El espacio urbano como soporte de hechos artísticos.**

La ocupación visual del espacio público es un hecho que ocurre desde el nacimiento de las ciudades. Propagandas, carteles, pintadas, graffitis proponen en forma conjunta una serie de miradas, detenimientos y abordajes del espacio urbano que superponen el sentido social, lingüístico y estético que llevan asociados al sentido urbano general de la ciudad.

Las acciones de los artistas en el espacio público van configurando diversos escenarios posibles que no sólo actúan en la transformación del ambiente, sino que también proponen una compleja integración del espacio urbano.

El sistema urbano constituye un reto para el artista contemporáneo. Desde el siglo XX la cultura y los procesos sociales vienen determinados por las formas de las ciudades y,



en la última década anclaron en el entorno urbano una amplia red de prácticas artísticas social y políticamente articuladas. Estas manifestaciones de la cultura moderna se observan en la contextualización productiva del trabajo excediendo el marco de concepción, producción y distribución acotado al campo del arte. Un arte que confluye y acciona en el espacio urbano evidenciará especificidades de su contexto a partir del lugar de emplazamiento. Lejos de ser generadas únicamente por el artista, estas manifestaciones apelan a procesos de producción más amplios – generadores de dinámicas urbano-sociales que postulan un contexto situacional y relacional–. Al hacerse visibles interpelan, provocan o invitan el accionar de los transeúntes...<sup>43</sup>

La ciudad configurada entre lo público y lo privado expone su trazado en espacios, calles y muros que van configurando su particularidad. Estos espacios generan en los transeúntes diversas vivencias, experiencias, sensaciones y miradas impuestas por su materialidad. Esta particularidad de las ciudades actuales determina vivencias individuales y colectivas que van mutando conforme cambian las épocas y sus espacios. Las calles ofrecen recorridos y formas posibles de transitar y reconstruir la ciudad bajo nuestras miradas. Los muros, que nunca separan totalmente el interior (lo privado) del exterior (lo público), se constituyen, a su vez, en escaparates donde se depositan la diversidad de miradas, mensajes, imágenes y propuestas que refractan sobre el espacio urbano transformándolo.

...el arte urbano se propone como una forma de interrogar, alertar y cuestionar al espectador...Las producciones estudiadas nos revelan la existencia de prácticas que definen nuevos objetos y espacios de arte. Algunas accionan modificando el paisaje urbano o buscan nuevas formas de vincular el contexto de la ciudad con sus habitantes; otras, denotan compromiso social trabajando directamente con el

---

<sup>43</sup> Rodolfo Agüero: Nace en Buenos Aires, Argentina. Profesor Nacional de Grabado y Dibujo-Prilidiano Pueyrredón. Se ha desarrollado en el campo del Grabado como así también en objetos gráficos, libros de artista, instalaciones y desde los años 90 en el campo digital. Fue seleccionado en 37 Bienales Internacionales de Grabado, en seis de ellas obtuvo Premios. Desde el año 1974 realiza exposiciones individuales, llevando en la actualidad más de 25 muestras en Argentina, Alemania, España, EEUU y Rusia.

Agüero, R y otros. La calle como soporte. (pág. 13)

ciudadano. En todas estas prácticas, sus creadores actúan impulsados por los permanentes estímulos del entorno cotidiano y emergen por la necesidad de incidir en la ciudad definiendo nuevos lugares. Intervenirla significa para ellos proyectar hacia el exterior informaciones individuales, particulares y sociales. De este modo, estos artistas imponen sus convenciones e intereses sobre el entorno determinándolo. ...Porque estos artistas son productores de acontecimientos que se introducen en el paisaje, apoderándose de las calles para modificarlas de manera contundente. Algunas de sus obras buscan perdurar; otras, son efímeras pero –por sobre todo– son prácticas generadoras de situaciones que alteran las formas convencionales de vincular a la gente con su entorno y sus semejantes. A su vez, las prácticas transdisciplinarias en el espacio urbano proponen un nuevo modo de productividad y experiencia estética. En este proceso, entonces, debemos considerar no solamente las poéticas sino los contextos de articulación social y político como propios de las obras. Estas nuevas formas de arte dejan huellas que debemos observar para comprender todo aquello que afecta el espacio físico de la ciudad. Una ciudad que debe pensarse también como receptora de emociones e intereses afectivos...<sup>44</sup>

La reconstrucción del espacio urbano bajo las miradas de los transeúntes es un suceso performático, un proceso dinámico que se materializa a través de un entramado de acciones, intervenciones y lecturas que alteran la imagen naturalizada de la ciudad como espacio estático y único. Ese dinamismo de constante renovación resignifica no sólo el imaginario que tenemos sobre la ciudad, sino también las experiencias urbanas como ámbito de lo artístico, provocando que las mutaciones del paisaje urbano sean incorporadas al imaginario colectivo y artístico como soporte transformable y maleable sobre el cual transcurren las experiencias cotidianas.

### **Experiencias urbanas y pegatinas**

Las experiencias de arte urbano que se realizan mediante pegatinas responden a distintos parámetros y se pueden clasificar en gigantografías, murales impresos, afiches, carteles, figurones, collages y stickers. Todas estas propuestas tienen puntos

---

<sup>44</sup> Agüero, R y otros. La calle como soporte. (pág. 15-16)

en común y su propia peculiaridad, determinada por el modo de producción, el tamaño, el emplazamiento y la relación que establecen con el entorno que las contiene. Las particularidades de cada una de ellas están determinadas por su tipología y en función de ellas se encuentran dos grandes grupos, las seriadas o múltiples que conllevan la copia como lenguaje de producción artístico y las propuestas únicas realizadas mediante procesos plásticos manuales.

Dentro del grupo de las propuestas seriadas se encuentran las gigantografías, los afiches, los carteles y los stickers y entre las producciones de carácter único se encuentran los collages, los murales, los figurones y también los stickers artísticos.

Las gigantografías son impresiones de gran formato. Con el término se hace referencia a aquellos trabajos que se caracterizan por tener un tamaño importante y que normalmente son utilizadas como avisos o con fines publicitarios. La palabra gigantografía referencia al tamaño, habla de grafías o impresiones gigantes, por lo cual cualquier tipo de impresión que se ajuste a estos parámetros puede ser considerada como tal. Sin embargo, en el mundo de los profesionales del diseño, suelen presentar otras particularidades que tienen que ver con los métodos utilizados para su realización, el material o los usos posibles. Se pueden imprimir en lonas; en papel mate, papel brillante y papel fotográfico; en telas y muchos otros productos o soportes. Las impresiones expuestas en la vía pública tienen una durabilidad promedio de dos años (con el color nítido y sin lavamientos) hasta cinco si están al resguardo de la luz solar directa. La impresión de gigantografías para exterior se realiza con un plotter de tintas al solvente. Es posible imprimir cualquier tamaño mediante esta tecnología ya que se trabaja mediante la unión de paños.

Los murales impresos: obras de gran tamaño realizadas con papeles pegados que abarcan la totalidad -o un alto porcentaje- del muro soporte. Dadas sus grandes dimensiones, las imágenes se componen por sumatoria de módulos. Pueden estar emplazados en el espacio público o privado, siempre se integran a la arquitectura del lugar proponiendo una situación de monumentalidad. Cada mural es planificado en función de un sitio específico, el emplazamiento determina su forma y tamaño, hecho que lo convierte en una obra de arte única.

Los afiches son láminas de formas diversas impresas generalmente mediante off set o realizadas por otros métodos plásticos -como serigrafía, electrografía, impresiones laser, off set digital- que en su mayoría se ajustan a los formatos de papeles estándares. Destinados a la rápida lectura, buscan provocar impacto visual y anunciar algo. Habitualmente colocados en lugares públicos, pueden responder a fines variados (artísticos, publicitarios, políticos o educativos). Frecuentemente usados en las ciudades, se emplazan en sitios de gran afluencia y su carácter de múltiple refuerza, mediante la repetición, la intención comunicativa subyacente. Hay tres circunstancias que definen la producción del afiche: la reproducción masiva de copias, la interrelación de texto e imagen y el tamaño del pliego de papel.

Los carteles: son imágenes compuestas por sumatoria de afiches, de dimensiones variables y que tienen como soporte al papel. Llevan mensajes para ser exhibidos y compartidos en el espacio público, colocados en una pared o en una superficie vertical, distribuidos y ubicados de forma tal que los transeúntes puedan verlos con facilidad. Como el tiempo de visualización es muy limitado, ya que se ajustan al devenir propio de los ciudadanos, deben producir una impresión viva, penetrante, que interfiera en la imaginación del espectador; y a la vez su concepción e idea deben ser tan simplificadas que permitan el acceso a su sentido rápidamente. Para su efectividad apelan a la combinación de elementos gráficos con textos y a la estudiada elección del emplazamiento.

Los figurones: obras realizadas sobre papel de formato irregular y de producción no seriada. La forma acompaña el contorno de la imagen, y es realizada mediante dibujo y pintura -generalmente acrílica-. Sus creadores las definen como calcomanías gigantes que son fijadas en edificios públicos, lugares abandonados, casas o baños. Atribuyen su nacimiento en relación a la colección de figuritas para álbumes. Sus realizadores no los firman, tratan de mantener la idea de producción colectiva y anónima, de la equidad en el trabajo grupal, evitando la presencia destacada del autor.

Los collages son imágenes compuestas por superposición de papeles pegados que pueden o no estar intervenidos plásticamente. De formatos diversos, producidos a veces a partir de imágenes diseñadas o de impresiones existentes en el medio, con agregados de papeles lisos o impresos. Algunos de ellos componen las imágenes

inversamente, mediante la sustracción de capas de papeles de afiches publicitarios: las publicidades existentes en el medio urbano generalmente son ubicadas en un mismo lugar, donde el afiche último es pegado sobre otro anterior en una larga cadena de sucesiones. Esta superposición permite que se rasguen capas alternadas, formando imágenes nuevas con los colores que surgen de las capas inferiores.

Los stickers artísticos se caracterizan por el pequeño formato, realizados sobre papel autoadhesivo, de formas variadas, regulares o no. Hechos generalmente a través de métodos de reproducción masivos, como off set, impresiones digitales, serigrafía o electrografía, también admiten ser realizados en forma manual e individual, mediante dibujos o pinturas. Un aspecto distintivo del sticker es que no sólo entiende lo urbano como espacio público, sino que también interviene en lo público desde espacios privados que recorren la ciudad, como mochilas, skates, cascos, diversos objetos de uso de los transeúntes.

Todas estas producciones están al alcance del público y son las que están a la intemperie las que resultan menos duraderas, ya sea por la erosión del ambiente o por la acción-interacción de los espectadores. Los factores climáticos y la contaminación ambiental deterioran rápidamente las obras expuestas en la calle, modificando los colores o directamente deshaciendo el papel que las contiene. Otras experiencias se producen por la convivencia de actores en un espacio común, a veces las obras son intervenidas con dibujos, pinturas o imágenes pegadas superpuestas, o rasgadas en forma parcial o total, y a veces son tapadas por nuevas propuestas de arte urbano.

Un elemento que tienen en común las prácticas múltiples es su modo de producción; por lo general se recurre a métodos gráficos de reproducción, muchos de ellos de bajo costo, hecho importante si se piensa en obras a las que no se les puede establecer un tiempo de duración. En este punto, es importante el registro y la documentación de la obra emplazada públicamente, ya que de otro modo no habría manera de dar cuenta de estas producciones más allá del tiempo de su presencia.

### **Un recorrido: hechos artísticos emplazados en la ciudad de La Plata.**

La ciudad de La Plata ha sido escenario de múltiples propuestas realizadas bajo premisas políticas, místicas, poéticas o estéticas. Resultan interesantes referir aquí las de algunos artistas o colectivos artísticos, como por ejemplo:

Edgardo Vigo. Realiza pegatinas y participa en multitud de eventos por la paz y por el recuerdo de su hijo *Palomo*, desaparecido durante la dictadura militar. Edita una estampilla y un matasellos con la inscripción *SET FREE PALOMO* y los hace recorrer el mundo en sus envíos postales. En 1972 publica su texto *La calle: escenario del arte actual*, donde propone recuperar ese ámbito como lugar de expresión y espacio abierto para la participación colectiva.

Juan Carlos Romero. En 1973 realiza la instalación *Violencia*, donde utiliza recortes de prensa, fotos, textos y afiches, inundando los tres pisos del CAYC con esa palabra. Si bien esa obra inicialmente no fue emplazada en La Plata, es antecedente de otras acciones realizadas en esta ciudad, y particularmente *Violencia* fue realizada en la fachada del Museo Provincial de Bellas Artes en el año 2013.

El grupo Escombros. El 24 de marzo de 1976, realizó afiches con la consigna *Todo proyecto político-social que no tiene de respaldo un código moral, está destinado de antemano a la corrupción y al fracaso*, en referencia a los 20 años del golpe de estado cívico-militar.

Tu KK & Pelusa. Realizó en 1996 una acción en la plaza Moreno, llamada *Vuelo mágico*, consistente en una pegatina de afiches a modo de rayuela y una suelta de globos, enmarcados dentro del concepto *elevación suprasensorial*. 260 unidades objeto conformados por globos e impresos bi y tridimensionales dieron forma a los *cuerpos platónicos octaédricos figurantes*.

Turkestán. Fue un grupo conformado por poetas -entre ellos Luis Maggiori- que en los años '90 escribían poemas en pequeños papeles que pegaban en los muros, postes y otros elementos de la ciudad.

(Durante el desarrollo de la investigación para este trabajo se realizaron entrevistas ra integrantes de tres de estos grupos. En ellas relatan cómo abordaron la ciudad artísticamente mediante pegatinas. Se transcriben a partir de la página 62).

La acción de pegar imágenes / mensajes / obras en los espacios urbanos es una de las particularidades del sticker artístico y cuenta en esta ciudad con circunstancias concretas, que, mediante otro dispositivo, sentaron antecedentes validados para su desarrollo.

Las propuestas mencionadas se desarrollan mediante estrategias que propician el acercamiento hacia el público y la realidad cotidiana en situación de acción, interacción o participación. Los artistas que actúan en esa búsqueda intentan borrar la línea imaginaria (lo que en teatro se denomina la “cuarta pared”) que separa la obra del público recurriendo a estrategias y lenguajes artísticos como el happening, las acciones urbanas, los marcos estéticos que proponen la participación de la comunidad como sustento de la obra. La obra se presenta como parte de la realidad, pareciera que se pretende actuar en paralelo con el espectador como siendo uno más. En estos casos la experiencia artística y el entramado urbano se convierten en un momento único, en una dinámica comunicativa y estética; determinan, no sólo la consolidación de redes simbólicas intersubjetivas, sino también, el sentido cultural de la apropiación del espacio público como los recorridos y los sentidos que se dispersan entre el tráfico y las construcciones urbanas que lo contienen.

Así la obra de arte pública se ubica en el escenario urbano y cotidiano para lograr amalgamar múltiples entramados simbólicos en los que confluyen la percepción del sujeto y la presencia de la obra generando el espacio común entre la representación y la cotidianeidad. Estos nuevos entramados de lenguajes, no sólo ofrecen otras significaciones estéticas posibles, sino que también, obligan a nuevas lecturas y desciframientos de lo que se considera lo real, entendiendo siempre a lo real como un acuerdo colectivo.

El espacio público deviene, en estos casos, en un espacio-soporte artístico entre los diversos objetos y los modos de mirarlos. Esta comunicación siempre está impregnada del reconocimiento por parte de los espectadores del estatus artístico del objeto. En la medida en que la obra de arte aparece en la vía pública reclama para sí el

reconocimiento social como obra de arte. En esta exigencia se pone en juego la profanación tanto de la intención del artista como del objeto-imagen interviniendo en el paisaje urbano. Es decir, en la exposición urbana la mirada del autor sobre su propia obra no es más que otra lectura posible, las obras *públicas* se convierten, necesariamente, en soportes y espacios de múltiples miradas y pluralidad de sentidos. Esta pluralidad de sentidos se nutre de la posibilidad de múltiples miradas y acercamientos que posibilitan su lugar de emplazamiento. Una obra abierta a la mirada masiva demanda una actitud de atención y de detenimiento especiales al momento de su presencia, incorporando diversas manifestaciones artísticas a la escala y constitución del espacio urbano. La urbanidad ya no es sólo un espacio habitacional sino que se modifica y resignifica como espacio-soporte artístico capaz de modificar la percepción que se tiene del entorno (ciudad) y de nuestro lugar en ella.

Entre las diversas manifestaciones artísticas que han alcanzado el espacio público en los últimos años, la intervención urbana con afiches ha sido una de las más frecuentes. Conjugando expresión, comunicación e información, artistas y colectivos de trabajo presentan al transeúnte imágenes enigmáticas, textos provocadores o propuestas participativas, transformando las paredes de la ciudad en un nuevo ámbito para la reflexión y participación estética, política y social.

...En la ciudad, el afiche artístico convive con la oferta comercial, la propaganda política y la cotidianidad de los ciudadanos. En este contexto, sus relaciones con el entorno pueden inducir lecturas ambiguas, dudosas o incluso opuestas al sentido original: este es sólo uno de los riesgos que enfrenta la `obra´ al desentenderse de las redes de contención institucionales de las `bellas artes´. Sin embargo, ese riesgo puede tornarse en una de sus cualidades más contundentes, al poner de manifiesto la potencia de la que todavía es capaz la producción artística cuando se reinserta en los dominios de la vida cotidiana. Al apropiarse de la ciudad, de sus calles y paseos comunes, los artistas no sólo ingresan discursivamente en la esfera pública, sino que, al mismo tiempo, cuestionan uno de los regímenes fundamentales de la moral burguesa. Como ha afirmado Abbie Hoffman<sup>45</sup>, `para la clase media la calle es un símbolo extremadamente

---

<sup>45</sup> Citado El afiche artístico en el espacio público. Alonso, R. , en Felshin, Nina ¿Pero esto es arte? El espíritu del arte como activismo. Universidad de Salamanca: 2001.



importante, porque todo tu proceso de experimentación de la cultura está encauzado a mantenerte fuera de la calle'. De igual forma, la reactivación del espacio público se opone a la coacción política contemporánea, sustentada en una elaborada tecnología de la privacidad hogareña, que induce el abandono de las áreas urbanas hacia sitios supuestamente más seguros e indudablemente más vigilados, desactivando las posibilidades de construcción y manifestación personal y social de los ciudadanos...<sup>46</sup>

Debido a sus características inherentes, los afiches realizados por artistas y destinados al espacio público no encuentran una adecuada repercusión en el circuito del arte académico. Sin embargo, tampoco se encuentran completamente desvinculados de él, ya que los artistas que los producen se definen, en la mayoría de los casos, en función de ese circuito. Lo más adecuado es, en realidad, considerar a esta práctica social del arte, si es que una práctica artística puede no ser social, como una actividad fronteriza entre el mundo del arte y el entorno social. Si todo espacio se define por las prácticas que se dan en él, la ciudad, las paredes de la ciudad, pueden definirse como soportes artísticos.

... Ese estado fronterizo ha hecho que muchas veces estas prácticas compartan ambos espacios. El caso de la intervención urbana de Pablo Boneu en Córdoba, 'La estética de la omisión', es un buen ejemplo. Boneu empapeló la ciudad de Córdoba con afiches en blanco, que en uno de sus bordes llevaban el título de la intervención y los datos del Centro Cultural España Córdoba, institución que había auspiciado la acción. Su intención era contrarrestar la contaminación visual del espacio público y, eventualmente, invitar al transeúnte a acercarse al centro cultural. Pero cuando éste

---

<sup>46</sup> Rodrigo Alonso. Profesor y curador independiente. Licenciado en Artes de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina, especializado en arte contemporáneo y nuevos medios (*new media*). Profesor de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Universidad del Salvador (USal) y del Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA), Buenos Aires, Argentina. Profesor y miembro del Comité Asesor del Máster en Comisariado y Prácticas Culturales en Arte y Nuevos Medios, Media Centre d'Art i Disseny (MECAD), Barcelona, España. Curador de exposiciones de arte contemporáneo en los espacios más importantes de Argentina y América Latina, y en prestigiosas instituciones europeas. Vive y trabaja en Buenos Aires y Barcelona.  
El afiche artístico en el espacio público. (pág.3)

llegaba al lugar, sólo encontraba los mismos afiches que ya había visto. El ámbito institucional no le proveía, esta vez, de una experiencia única y trascendental. ...<sup>47</sup>

En la ciudad actual, donde se encuentra en crisis la disponibilidad de espacios, los stickers se emplazan parasitariamente en la contaminación visual del espacio público de las grandes urbes; las obras que se pegan de dimensiones mayores entran en conflicto por la carencia de espacios, en cambio el sticker encuentra su lugar. Los grandes afiches o pliegos de papel ceden lugar a manifestaciones que requieren menor espacio, lo que garantiza su durabilidad y permanencia. Parece que ha habido un cambio en los espacios comunes de lo que llamamos vida urbana. Las ciudades que han sido durante años objeto de ocupación por parte de grandes campañas publicitarias y comerciales han dado lugar a una avalancha de anuncios y carteles publicitarios que han ido irrumpiendo casi todos los aspectos de nuestra vida cotidiana y el modo de mirarnos en ella. Por alguna razón, los jóvenes de todo el mundo han descubierto lo fácil que es crear sus propios emblemas, logos, imágenes y mensajes impresos con los cuales subvertir el sistema semiótico existente, otorgando al entorno un nuevo contexto y una nueva mirada.

La semiótica urbana ya no es sólo un sistema jerárquico de orientación a través de un cosmos dirigido a los consumidores, a quienes se les ha hecho la promesa de felicidad, amor, plenitud y éxito mediante la compra de los fetiches de producción masiva, sino que se ha pasado de un modelo de relación emisor-receptor a otro *rizomático*<sup>48</sup>. El espacio urbano se ha transformado en una zona de juegos democráticos abiertos a una pluralidad de significados, donde es posible la coexistencia de grandes anuncios con

---

<sup>47</sup> Alonso, R. El afiche artístico en el espacio público. (pág.4)

<sup>48</sup> Rizoma es un concepto filosófico desarrollado por Gilles Deleuze y Félix Guattari en su proyecto *Capitalismo y Esquizofrenia* (1972- 1980). Es lo que Deleuze llama una imagen de pensamiento, basada en el rizoma botánico, que aprehende las multiplicidades.

El rizoma conecta cualquier punto con otro punto cualquiera, frente al árbol o sus raíces. Está hecho de dimensiones, o más bien de direcciones cambiantes. No tiene ni principio ni fin, sino un medio por el que crece y desborda.

El rizoma tiene que ver con un mapa que ha de ser producido, construido, siempre conectable, alterable, con múltiples entradas y salidas, con sus líneas de fuga.

Es un sistema acentrado, no jerárquico y no significante, definido sólo por una circulación de estados.

pequeñas imágenes pegadas. Entonces, cada una de estas propuestas satisface las expectativas de sus públicos posibles. Esta tendencia expresa la voluntad de participación, por parte de nuevos actores, en la interpretación y reformulación del entorno cotidiano. La manifestación de este cambio toma formas diversas dentro del campo del arte: performances, acciones, murales, afiches, stickers, y cada uno de estos gestos se establece como una declaración político-estético. La reinterpretación y relectura de logos populares, iconografías clásicas y sistemas de signos trabajan con las citas culturales y sociales que posibilitan nuevas lecturas hermenéuticas. Todas estas formas de acción artística van configurando una forma de comunicación intersubjetiva en el espacio público. Los stickers artísticos actúan como reacción a las normas de difusión comunicativas, y una vez que la intervención gráfica encuentra su lugar, deja atrás una situación construida para provocar la reacción de los transeúntes.

### **Crecimiento y auge del sticker en el espacio público.**

En los últimos años la popularidad de las pegatinas se ha potenciado entre los artistas urbanos contemporáneos, pero la pegatina de carteles o afiches y stickers por las calles de la ciudad no es en absoluto un fenómeno nuevo. Si bien los orígenes y el crecimiento exponencial del movimiento graffiti están relativamente bien establecidos, es mucho más difícil determinar con precisión por qué miles de personas están recurriendo a los stickers para rediseñar los espacios públicos.

Al analizar los relevamientos y casos documentados, se manifiesta una marcada diferencia entre lo que ocurre en nuestra ciudad y en otros centros metropolitanos. En la ciudad de La Plata, el fenómeno viene creciendo año a año, y es comparable a los paisajes del inicio de las actividades de pegatinas en ciudades como New York, Berlín, Bogotá o Sao Paulo, como ejemplo de algunos lugares paradigmáticos.

Las primeras acciones documentadas con stickers artísticos se remontan a la Nueva York de los años 1970 - 80. Distintos artistas del graffiti tendían a utilizar pegatinas como mera diversión - un medio sustituto, por así decirlo. Hubo algunas excepciones a esta regla, por ejemplo Dan Witz (1957, Chicagi) quien trabaja casi exclusivamente con materiales adhesivos. En 1979 Witz pintó pequeños colibríes fotorrealistas

directamente sobre las superficies disponibles de la ciudad. En 1980, bajo la creciente presión de las autoridades, trasladó su producción a pegatinas. Este medio le permitió continuar con la realización de estos motivos e introducirlos discretamente y rápidamente cerca del público. Dan Witz sigue aún hoy produciendo obras de carácter fotorrealista que imprime y pega en los espacios de la ciudad, principalmente en las calles de Nueva York.

En la década que se inicia en 1980 Shephard Fairey (más conocido como Obey, 1970, Charleston) comenzó a producir sus propias pegatinas. Encontró en este producto un medio adecuado para introducir su imagen en el entramado de la ciudad. Inicialmente, produjo sus stickers con el estencil del luchador André el Gigante. Lo que había empezado como diversión, terminó atrayendo la atención de una gran cantidad de personas. Tiempo después se diversificó la búsqueda de emplazamientos, llevándolo desde Los Angeles a ciudades como Nueva York y Boston. Entre 1989 y 1996 utilizó pegatinas y carteles que él mismo produjo. Lemas de propagandas como *Power to the Posse* y *You are under surveillance* se han añadido a la imagen icónica de *Obey the Giant*. Según Fairey, las pegatinas y carteles no tienen un significado particular. Su único propósito es provocar una reacción y consiguiente respuesta. Durante un período de quince años, unos 400.000 stickers y carteles han aparecido en ciudades de todo el mundo. Nuevas variaciones del motivo *Obey the Giant* siguen apareciendo hoy en distintos formatos de stickers<sup>49</sup>.

En Nueva York, entre 1990 y 1995, sólo una obra atrajo el mismo nivel de atención como *Obey the Giant* de Fairey. Los artistas del graffiti Revs and Cost utilizan muchas técnicas para difundir su nombre, incluyendo pintadas con rodillos a color, posters y stickers. Fueron sus pequeños y simples carteles en blanco y negro que les valieron el reconocimiento: con letras mayúsculas negras, podían ser leídos fácilmente y atrajeron una atención considerable, incluso fuera de la escena del graffiti, sobre todo cuando el dúo incluyó un número de teléfono al lado de sus nombres. Los transeúntes, cuya curiosidad pudo más que ellos, llamarían al número y escucharían así los anuncios grabados, que cambiaban de vez en cuando.

---

<sup>49</sup> Pueden adquirirse en su página <http://store.obeygiant.com/collections/stickers>

Michael De Feo, conocido por el seudónimo *Flower Guy* -debido a las flores que marcan su obra- ha trabajado en los espacios urbanos desde principios de la década de 1990. Reflexionando sobre su niñez, desarrolló la idea de su flor, que desde entonces ha llegado a ser muy conocida. Las primeras obras se realizaron con plantilla y pintura en aerosol, más tarde incursionó en a la serigrafía, y ahora también trabaja con un sinnúmero de otros motivos y materiales. En su producción evita el uso de cualquier palabra y sostiene que al introducir el arte a las calles urbanas, ve la oportunidad de llevar a la gente conciencia de su medio ambiente.

En Europa, el artista parisino Blek le Rat (1952, Boulogne-Billancourt) fue uno de los representantes más importantes del sticker artístico temprano, a pesar de que es quizás mejor conocido por sus trabajos de esténcil, una técnica que ha estado trabajando desde 1981. Esténcil y graffiti son ahora técnicas generalizadas, por supuesto, pero en su momento, Blek le Rat fue el único artista en París que utilizaba estos medios (allí se conoce al esténcil como pochoir). En 1983 ganó notoriedad y un gran respeto debido a sus figuras humanas de tamaño real.

Blek le Rat utiliza la serigrafía y el cartel como medio de producción con papel. Sus retratos y motivos de tamaño natural continuaron tomando notoriedad y viajó a numerosos países para retratar y pegar. Sus trabajos fueron admirados en Francia, Alemania, Italia, Marruecos, España y Brasil. Hasta el día de hoy, ha mantenido una influencia clave en numerosos artistas que trabajan en la calle.

En Argentina, casi contemporáneamente, comienza a trabajar con stickers artísticos Ral Veroni (1965, Buenos Aires). Su obra emerge en un período de crisis económica y como respuesta creativa a una necesidad de compartir la obra. Es así que ómnibus, trenes, subtes, baños de museos de arte, lugares públicos y privados comienzan a ser intervenidos con las pegatinas que luego formarían la *Muestra Nómada*. Sus pegatinas son realizadas con serigrafía a color, para destacarlas del resto de las pegatinas en blanco y negro, que aparecían en los contextos urbanos de los años noventa.

Asociadas a la crisis económica, y como medio económico y rápido de reproducción, las impresiones mediante fotocopias (también llamada copy art, electrografía o xerografía) inundaban las calles con publicaciones, posters y pegatinas en blanco y negro. Es un movimiento que puede leerse como reminiscencia del arte urbano de

hoy, y que, sin embargo, sigue vigente en nuestro contexto. En los años 1960 y 1970, las primeras fotocopiadoras accesibles a los consumidores salieron al mercado. Los artistas se apresuraron a ponerlos a prueba, y rápidamente se exhibieron en las paredes de Estados Unidos, Francia e Italia. En la década de 1980 muchos artistas alemanes y latinoamericanos hicieron lo mismo. Experimentaron con la impresión en movimiento durante el proceso de copia, la copia de objetos tridimensionales o incluso la producción de generaciones enteras de copiado: la copia de una copia, y así sucesivamente.

En la segunda mitad de la década de 1990 numerosos artistas que produjeron su arte con stickers se destacaron con sus producciones y se instalaron como figuras clave, referentes de la producción local. Son ejemplos el Crew Cowboys, cuyo impacto se limitaba principalmente a la zona de Berlín, así como Akay en Estocolmo con sus carteles, las primeras pegatinas por Gas and Magic en Düsseldorf y Space3's con sus posters en los Países Bajos; Obey en Estados Unidos y en Argentina el ya mencionado Ral Veroni, constituyen los representantes más importantes de los últimos veinte años, pioneros que comenzaron a producir pegatinas y carteles por ellos mismos, y que los introdujeron en los espacios urbanos, dejando una impresión permanente en la escena artística internacional.

Ral Veroni y su trabajo artístico realizado con stickers manifiesta una producción signada por el contexto económico local y las tendencias sociopolíticas latinoamericanas. Su elaboración para la *Muestra nómada* fue concebida desde la génesis como experiencia artística, determinada su materialidad por las contingencias situacionales que experimentaba el autor. La elección del sticker y su desarrollo como obra de arte, da cuenta de la expansión del medio a producciones que hasta el momento le eran ajenas, propiciando el desarrollo de la práctica que cada día se extiende más.

### 3.- Primer registro local de obras realizadas mediante stickers.

#### Ral Veroni: *Muestra Nómade*.

...La Muestra Nómade se cuenta entre los primeros proyectos de arte público de RV. Su objetivo se repetirá en obras posteriores con pequeñas variantes: convertir a la ciudad en una homogénea sala de exposición como un modo de responder a los centros distribuidores de prestigio y legitimadores de la obra de arte.

La Muestra Nómade se compone de 42 diseños de pequeño formato (11 x 8 cm.) impresos en serigrafía a 5 colores sobre papel autoadhesivo. Entre 1990 y 1991 miles de serigrafías fueron adheridas en lugares públicos de Buenos Aires tales como ascensores, transportes, baños y cabinas telefónicas. Veroni organizó a la vez retrospectivas de sus diseños en baños de museos y centros culturales y repartió entre la gente sus grabados considerando a los poseedores de las obras coleccionistas privados. La Muestra Nómade está poblada de caracteres que representan -como en una fábula- estratos de la historia social y política del país.

Títulos tales como *Rata Autoritaria*, en referencia a la dictadura militar o *Malabares Ideológicos* en relación con las alianzas políticas de los partidos en busca del poder dan el tono incisivo de la crítica detrás de estas imágenes.

El formato de la serie tiene una relación directa con la cultura popular infantil de las generaciones de los 60 y 70. Las figuritas -como llama RV a estos trabajos- son a la vez la denominación con que la población infantil realizaba un elaborado código de juegos, apuestas e intercambios, es decir: era el dinero de los menores.

El éxito del proyecto se debió sin duda al reconocimiento de estos códigos dentro de la memoria colectiva.

En Febrero de 1991 RV realiza el *Álbum de Figuritas de la Muestra Nómade* como un modo de compilar la serie de diseños que paulatinamente desaparecían de los lugares de exposición debido al celo de los empleados de la limpieza, la codicia de los transeúntes o simplemente los rigores del tiempo<sup>50</sup> ...

El trabajo de investigación realizado para encontrar un posible marco teórico que valide la práctica del sticker como hecho artístico -acotado al ámbito local- me llevó a la *Muestra Nómade*, realizada en los años '90. Los registros existentes de este proyecto indican que sería la primera obra artística específicamente pensada y realizada mediante stickers en nuestro contexto.

---

<sup>50</sup> Texto de introducción a *La Muestra Nómade* por Damian Graeve. Tomado de la página del artista: <http://www.indeprintent.com/intervenciones/lmnomade/index.htm>

A continuación, se transcribe la entrevista con el artista, en donde se abordaron cuestiones referidas al sticker, a la producción, circulación y contextos de esta práctica, de suma utilidad para las conclusiones de mi tesis.

**Entrevista realizada en septiembre de 2014 en la Galería *Mar Dulce*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.**

**RV-** Hay una cuestión de códigos. Yo mostraba las figuritas, se las mostraba a la gente, a mis amigos, y ellos captaban enseguida la idea. Viste que en el mundo del arte se escucha a menudo “qué quisiste hacer... cómo... y esto por qué... explícame”. En el caso de los diseños de la muestra *nómada* yo intuía que se realizaba un contacto directo con la infancia, la condición del sticker, de todos aquellos álbumes de figuritas que coleccionábamos cuando chicos provocaban un código en común. Por ese lado había un vínculo inmediato, yo sentía la presencia de un vínculo generacional muy fuerte. Sentía que lo que estaba haciendo estaba en lo correcto por la reacción que recibía del otro. En el Parque Rivadavia, por ejemplo, donde funcionaba la feria de libros, podía, a través de puesteros amigos, mostrar las figuritas, los stickers, directamente a la gente, sin mediar una institución o una sala de exposición. En ese sentido había una zona franca de comunicación y devolución, sin intermediarios.

**ro-** En un punto yo digo que comparten esto lúdico de la figurita, porque hay una tradición, en los que producen stickers ahora, de convivir con el medio desde que son chicos, con las figuritas adhesivas y eso...

**RV-** Si, si, creo que es una cosa bastante directa. De hecho, mi hija, que tiene cinco años, tuvo hace poco un primer impacto con los stickers. La llevé a ver la muestra *Perder la forma humana* y le mostré los stickers que había pegado en el baño de mujeres y me dijo “¡papá!...¡esto no se puede hacer! Creo que tuvo una de las primeras sensaciones de provocación y transgresión que hoy son tan comunes en arte.

**ro-** ¿Cuáles son, si es que los hay, los antecedentes que reconocés para el sticker artístico?



**RV-** los antecedentes: uno es aquel que dentro mundo underground o alternativo, como también se llamaba en ese entonces, podía observar. Las bandas de rock independiente, por ejemplo, utilizaban el sticker para promocionar su nombre. A partir de esa sencilla estrategia popular, a las que, como te decía, prestaba atención, realicé la muestra nómada, y elegía esos lugares prestigiados del espacio público, como es el lado del timbre del colectivo. Obligadamente, alguien a punto de bajar del colectivo disponía de un momento para recibir el mensaje. El otro antecedente es la infancia, los álbumes de figuritas coleccionables, en su gran mayoría compuestos con diseños en stickers. Ambas cosas conformaron un poco la génesis de la muestra nómada. Sinceramente, como dijimos antes, no recuerdo haber visto –estoy seguro que los hay– pero no recuerdo haber visto antecedentes de stickers utilizados a nivel de arte. Sí fue importante para mí en ese entonces la presencia de Coco Bedoya, que trabajaba en serigrafía y recurría a ella a nivel de intervenciones callejeras. No me extrañaría que Coco haya hecho algo en sticker antes que yo; no me extrañaría. En ese momento tomé al proyecto de la muestra nómada, como el modo de hacer de la ciudad entera mi lugar de arte, mi centro de exposición. Por otra parte, era una época donde todavía quedaban remanentes represivos de la dictadura, policías mal llevados y ex-parapolicías devenidos en guardias privados, etc. entonces el “toco y me voy”, el pegar rápido y desaparecer, era el arte de la escaramuza artística. Y era también una estrategia de supervivencia.

**ro- ¿Se puede considerar al sticker como un objeto artístico? ¿Por qué?**

**RV-** Estas cuestiones de qué es objeto artístico y qué no, me suenan en desuso. El siglo XX demostró que arte puede ser cualquier cosa. Sólo se necesita el espacio, o el lugar legitimador, o el público, o el curador, o alguien que lo señale de tal modo como para convertirlo en arte. No depende tanto del objeto en sí... ¿no habla muy bien del arte, no? (risas). Pero es lo que nos toca vivir. Así que realmente no me pondría a discutir con nadie si es artístico o no. Soy artista y usé los stickers con un objetivo artístico, pero si alguien me dice que no es arte, lo dejo pasar y que viva con su idea.

**ro- ¿Dónde y cuándo fue tu primera pegatina de stickers?**

**RV-** Me es difícil de recordar si hubo algún otro sticker antes de La Muestra Nómada. Un lugar seguro es, cuando hice mis primeros stickers del proyecto de La Muestra, los

imprimí una noche muy tarde, y justo vino a visitarme Lalo el empanadero, que era un puestero en el parque Rivadavia, gran amigo mío, y ni bien terminé de imprimirlos le regale un par. Uno lo pegó en el estuche de su guitarra, él es músico, y el otro en una repisa de su casa.

Éste que le di a Lalo se llama “a Mi Keso Me yaMaron”, el otro es “el hombre que se burla a sí mismo”. Fueron pegados el 16 de agosto de 1990, según el itinerario parcial de *La Muestra Nómada*.

**ro- ¿Por qué empezaste a trabajar con stickers?**

**RV-** Egresé de la Escuela de Bellas Artes en 1988, y la posición de alguien que quería ser artista en esa época era que casi no había canales de comunicación, había pocas galerías y, en general, los pocos centros culturales estaban bastante demandados. Era muy difícil, para alguien que salía al ruedo con ganas de exponer, comunicar, encontrar un espacio. En Buenos Aires habría quince galerías, como te decía antes, muchas eran tradicionales, pocas eran galerías de arte joven, lo que se conoce hoy como arte emergente no abundaba como concepto, uno tenía que hacer una carrera, asentarse, y no tanto en dirección al desarrollo de la propia obra artística sino a lo que comúnmente implica hacer contactos, conseguir los espacios a través de la red de conexiones. Yo quería eludir todo eso porque sentía que tenía mucho para decir ahí y en ese momento. Entonces planteé la estrategia: bueno, si no puedo acceder a los lugares de exposición, hago de la ciudad mi propio espacio. Los stickers – que miden 11 cm x 8 cm- eran una buena manera de lograrlo, fáciles de llevar y exhibir, impresos en colores estridentes y adheridos en lugares específicos podían atraer obligadamente al espectador. Por otra parte, regalaba stickers a los amigos, y a ellos los consideraba coleccionistas privados. De ahí que hice un registro con el itinerario de la exposición. De alguna forma era imitar a aquellos currículum vitae dónde se establecen los lugares en que se expuso y quienes eran mis coleccionistas. Otra cosa es que al ser el sticker pequeño, yo lo podía llevar en el bolsillo de la billetera, era muy fácil hacer la colgada, digamos. Podía hacer retrospectivas en el baño de Bellas Artes, y las hice en un par de ocasiones, pero tenía preferencia por los lugares en movimiento: los ascensores, las puertas giratorias, los colectivos.

**ro- ¿Qué técnicas utilizabas para hacerlos?**

**RV-** Bueno, ahí empecé a trabajar en serigrafía, que para el momento, previo al arte digital, era una técnica muy hábil para hacer producción en serie, en muy buena calidad, rápido y con colores muy intensos. En el contexto de la época todo el arte del underground, del fanzine o de edición recurría a la foto duplicación y a la fotocopia, en blanco y negro. La fotocopia color era muy, muy costosa, para hacer una edición o una tirada. La serigrafía era posible, había -eso sí- que tener taller. Yo me fui armando el mío propio con recursos bastante económicos. El emprendimiento no dejaba de tener para mí otros aspectos especiales: primero, que mi padre era grabador, yo me había criado como grabador y había nacido en una imprenta. Pero mi viejo, un grabador de excelencia, no había hecho nunca serigrafía. Ahí yo me despegaba de la tradición familiar, que para un joven siempre tiene la adrenalina del desafío. Por otro lado la serigrafía estaba muy mal vista en la época. En el orden jerárquico de las artes venía primero la pintura, como lugar del prestigio, luego la escultura, el grabado aparecía en tercer lugar y como un arte utilitario. El grabado siempre tuvo dos perfiles, el de crítica social, que es el que conocemos por Goya, los expresionistas alemanes, los grabadores del grupo de Boedo, como el gran Abraham Vigo. Luego estaba el grabado como reproductor de otras obras de arte. La pintura, que por una cuestión de costos no era para la clase media y baja, hacía que muchos, por querer acceder al arte, se llevara un grabado. Pero, en este mundo de jerarquías, los mismos grabadores tradicionales veían a la serigrafía como el anatema. Una técnica destinada a hacer remeras. Al menos ese era el ambiente que se respiraba en el Buenos Aires de entonces. A mí, la técnica de la serigrafía me encantaba porque podía acceder a colores estridentes, a tintas muy cargadas, y ser, por sobre todo, nada sutil. Para una ciudad que compite constantemente en imágenes, y yo tenía que encerrar todo en un sticker de 11 x 8 cm, esa era la solución, el fluo. Así que esa técnica me dio mucho en su momento. Esta era la época de la hiperinflación del '89, la crisis económica que provocó el fin del alfonsinismo. Las limitaciones eran enormes. En el mundo underground se puede ver claramente como se resiente la producción gráfica, el gran pico de producción de aquellas ediciones en blanco y negro fue el año 1987, luego hay una caída evidente. A mí me molestaba el condicionamiento de aquella falta de medios, económicos y técnicos. Con la serigrafía yo salía de la pobreza. Era el lujo del color en un mundo en blanco y negro.

**ro- ¿Establecés recorridos o trabaja al azar?**

**RV-** En esa época yo estaba muy tomado por el tiempo. Digamos que, por un lado, La Muestra Nómade fue demostrarme a mí mismo que podía ser artista a pesar de los obstáculos. Me lo planteo así, o lo veo así ahora en retrospectiva. Mi padre estaba enfermo y tenía que atenderlo, aparte trabajaba en un museo en Florencio Varela, muchas horas por día y con muchas horas de viaje. Incluso en ese año '89, como la crisis económica era acuciante, daba clases en una escuela secundaria, y trabajaba de periodista en la Revista Fierro. Así y todo, por ser joven y tener energía, lograba a la noche imprimir las serigrafías. El único momento de comunicarlas, el único momento de expansión en donde yo decía puedo ser artista era entre los viajes en transportes públicos. Lo hacía en el recorrido a Florencio Varela, en el viaje a La Plata, en el trayecto a la escuela donde enseñaba, en la vuelta a casa, esos eran los momentos donde yo exponía. Como te contaba prefería pegar los stickers al lado del timbre del colectivo, o sino del respaldo del asiento, o en el subte. Incluso por mi trabajo en el museo Hudson, la casa del solar natal del escritor Guillermo Enrique Hudson, tenía que llevar cartas institucionales en mano. Es increíble pensarlo cuando ahora se hace todo por mail... Me mandaban a la Sociedad Rural, por ejemplo, y yo decía ¡perfecto!, voy a pegar en el baño de la Sociedad Rural, o al Banco de Boston. Me mandaban llevarle una carta al director de recursos humanos, y yo decía ¡genial!, en qué momento podría haber entrado a exponer La Muestra Nómade en el Banco de Boston si no era en ese momento con aquella carta en mano. Era una manera de sentir, en tales circunstancias, que mi exposición accedía a lugares que de otra manera no habría podido.

**ro- ¿Continuás produciendo este tipo de obras?**

**RV-** No en stickers. Podría llegar a hacerlo en algún momento. En general, adapto la técnica al tipo de proyecto. Igual, cualquier cosa que emprendo termina en un libro, tengo una obsesión con el mundo del libro... Una cosa de la que no hablamos pero que para mí fue igualmente importante son esos stickers que hice para intervenir afiches políticos. Lo de la muestra nómade podría tomarse como una crítica a los circuitos culturales, en relación a mi persona, y de otras gentes de mi generación. También hice una intervención sobre papel moneda, y esta se podría tomar como una crítica

económica. Ahí dibujaba directamente sobre el dinero. Las intervenciones sobre afiches de los candidatos presidenciales fue mi crítica política. Hace unos pocos años volví a dibujar sobre el dinero, ya con un ángulo levemente diferente. Observo que el dinero es la gran corriente de comunicación. Todo el mundo está constantemente en intercambio con ese papel, y poder darle a alguien ese papel con un dibujo mío era una manera de que la imagen pase y se transmita en escaramuza o a *sottovoce*. Este es una particularidad que me gusta darle a los trabajos que hago; pensar que esas obras obtienen un plus con el encuentro fortuito y la sorpresa. Y eso es lo que me gustaba de todos estos proyectos que iba haciendo. Con los que, ya te digo, cambio la técnica. Una vez, por ejemplo, hice una serie de tanques de agua intervenidos. Los esgrafié con una punta de acero y dibujé sobre la argamasa del tanque de agua a la manera de los antiguos grafitos romanos encontrados en Pompeya. No tenía sentido hacer un sticker ahí, al que agarra la lluvia, lo destruye y nadie ve. En este proyecto, bueno, no sé, espero que alguien un buen día suba a la terraza por casualidad y diga ¿quién hizo esto?. El espectador casual realizaría aquí una especie de hallazgo arqueológico. Por supuesto, hice también un catálogo-libro de artista como informe arqueológico de esos tanques para que los que no accedan a esos sitios sepan que eso, en algún lugar de Buenos Aires, está.

**ro- ¿Y los que hiciste ahora para el Museo de los Inmigrantes?**

**RV-** No, esos fueron reproducciones de las serigrafías originales de La Muestra Nómada que los curadores de *Perder la forma humana* me pidieron para recrear aquella muestra retrospectiva que hice en algún momento en el Museo de Bellas Artes de acá, de Buenos Aires.

**ro- ¿Y no tendrían el mismo valor para vos?**

**RV-** Sinceramente, las imágenes de la muestra nómada tienen veinticinco años. Ya las veo como lo que son, de otra época. Por supuesto no me arrepiento, y las quiero, pero no creo que pueda volver a dibujar así y tampoco le encontraría mucho sentido, soy otro y en otras circunstancias. Antes pegaba stickers clandestinamente en una galería de arte y ahora tengo una galería de arte... los accidentes de la vida, ¿no? Ahora hago otros proyectos. A mi gusto, igual de relevantes.

**ro- ¿Conocés artistas actuales que se dediquen al sticker?**

Diego Bianki es alguien que continúa con los stickers. Diego tiene más o menos la misma edad que yo. No conozco artistas jóvenes que se dediquen al tema.

La verdad es que no me puse a reflexionar mucho sobre arte en stickers; no observo las cosas como una especialización, observo las cosas y ya. Las que me tocan en el rango de mi visión o de mi interés. Pero no consideré al arte en sticker como una corriente, sí, como un medio aplicable, nunca mejor dicha la palabra, según la situación dada. Una cosa que sí me puse a pensar bastante, es en el arte del graffiti (del que el sticker podría considerarse un pariente muy cercano). Me puse a pensar, decía, no tanto en el graffiti en sí sino por cómo cambiaron las condiciones entre la época en que yo hacía graffiti y la época actual donde prácticamente el graffitero es un artista bienvenido, o al menos no repudiado, y el vecino de común acuerdo hasta le presta la escalera. Yo venía de una era donde hacer graffiti debía ser un arte clandestino, rápido, de escaramuza. La velocidad en la realización era esencial. Ciertos modos de pensamiento heredados de la dictadura aún estaban vigentes. En el '84 había empezado aquella incipiente democracia, pero todavía había un brazo represivo y un músculo muy fuerte, la policía todavía seguía pensando en términos de frenar cualquier estímulo expansivo. A mí, me intentaron detener sólo por recitar poemas en la calle, o por pegar un poema con cinta adhesiva en una estación de tren. Entonces ese cambio que hubo en los años, me hace reflexionar sobre la libertad y la creación y en como una ayuda a la otra. Como, cuando hay pocas libertades, la creatividad se aguza y se retrae en tamaño y espacio, y como en momentos de más libertad la creación se explora y a veces se disemina en tantos lugares que parece que no estuviera en ninguno. No soy alguien que sienta nostalgia por el pasado, al contrario, creo que ahora estamos mejor, por suerte. En el graffiti yo veo que se vive hoy una edad de oro, y cuando como graffitero que fui comparo estos grandes murales que veo en la ciudad con aquellas plantillas, stickers y pequeñas producciones que hacía, y en tal caso me siento como un pintor de retablos. Lo que le digo a muchos graffiteros jóvenes es que la historia es cíclica, siempre puede volver un momento de oscuridad. En tal caso es bueno tener en cuenta las posibilidades y estrategias si las cosas se vuelven a poner densas otra vez. Espero que no, pero tengamos esa flexibilidad de

pensar cuáles son los recursos. Aunque de todas maneras: si no los tenemos presentes, a los recursos digo, siempre hay artistas que los pueden crear otra vez.

#### **4. Situaciones de exhibición, mapas, recorridos.**

La obra de arte tradicionalmente consagrada a los escenarios del museo se abre a la ciudad, se redimensiona en el espacio público, se consolida la apertura de significaciones estéticas y aporta nuevos códigos de desciframiento de la realidad. Se trata de producir reacciones diferentes a las del contemplador pasivo y dependiente, que tiene frente a sus ojos una obra fija y definitiva. El impulso de dejarse ver no responde en estas obras a una competitividad interna entre los artistas, como se diera en los inicios de las prácticas del graffiti por las calles de la ciudad. Forma parte, en cambio, del juego artista/espectador que constituye la experiencia estética del *postgraffiti*<sup>51</sup>: el artista produce su imagen, y el espectador *es sorprendido* cuando se produce el encuentro y *aprecia* el modo en que el artista determina cada localización. Ya sea un muro, un cartel, una señal de tránsito y por qué no, los stickers en tránsito adheridos a skates, mochilas, cascos, carpetas, etc., este juego crea un vínculo entre las dos partes, una forma *otra* de relación íntima que sucede en el espacio público.

Es en el entramado urbano donde se establece una dinámica comunicativa y estética que determina la consolidación de redes simbólicas, las cuales anudan el sentido cultural, la apropiación del espacio público y la confrontación de recorridos, en territorios que se dispersan entre el tráfico y las construcciones urbanas.

Las prácticas urbanas crean comunidades, en este caso el sticker, que tienen sus puntos de encuentro en los espacios públicos que funcionan como lugares de consolidación de las subculturas jóvenes. Es allí donde se producen distintos tipos de intercambios, vinculados con las pertenencias sociales de cada grupo. Excediendo la

---

<sup>51</sup> Desde mediados de los años 90 se utiliza el término *street art* o su equivalente *postgraffiti* para describir el trabajo de un conjunto heterogéneo de artistas que han ido desarrollando sus acciones en la calle mediante el uso de plantillas, posters, pegatinas y otras técnicas y códigos que se alejan del graffiti tradicional (escritura con pintura en un muro).

ciudad física, la web se establece como una comunidad ampliada, donde este intercambio sobrepasa los límites locales para conformar una comunidad global.

### **Producciones locales**

Los stickers en la ciudad de La Plata aparecen en lugares puntuales, en relación con el público que forma parte de la comunidad de conocedores. En las inmediaciones del Teatro Argentino, la Facultad de Bellas Artes y las pistas de skates es posible encontrar distintas producciones, a veces evidentemente pertenecientes a tiempos distintos.

El Teatro Argentino es un sitio donde confluyen distintos grupos de jóvenes. Es lugar de encuentro de skaters y patinadores que concurren con sus equipos, muchas veces aggiornados de logos, marcas e imágenes resueltas mediante stickers. También se encuentra en este lugar la Sala TACEC, Ventanas del TACEC y la TAE, Escuela de Artes y Oficios. Allí grupos de jóvenes y artistas dejan pegadas sus obras stickers en las inmediaciones del lugar.

La Facultad de Bellas Artes y el Bachillerato de Bellas Artes, ubicados entre las calles 7 a 10 y 60 a 63 son lugares depositarios de variadas propuestas de stickers. Ya sea en las calles, postes, paradas de ómnibus, así como en los interiores de las aulas, baños y espacios comunes, es posible encontrar distintos tipos de stickers artísticos, algunos anónimos y otros firmados.

Los bares cercanos a estas dependencias también son espacios abordados por los artistas del sticker, mayormente en las zonas donde poco se visualizan las acciones de pegado, como puertas y paredes de baños, espejos, etc.

En otros lugares, como pistas de patín y skate, se encuentran muy pocos ejemplos (República de los niños, galpón de 63 y 10, Centro recreativo Norte, pista de 32 y 28) pero sí se ven en los propios asistentes, compartiendo desde sus pertenencias –cascos, carpetas, skates, mochilas, etc.- ese espacio público-privado al que se ha hecho referencia.



Otro dato particular, desprendido de las entrevistas realizadas para esta investigación , es que muchos de los productores de stickers los realizan no para pegarlos, sino para repartirlos y dejar en quienes los posean la elección del lugar donde emplazarlos.

Encontramos en *Habladurías (2012)*, obra de mi autoría, un ejemplo de arte pensado para el entramado urbano.

Fue concebida para abordar el espacio urbano mediante múltiples acciones. Inicialmente fue montada en las ventanas de la sala TACEC del Teatro Argentino. El espacio se despliega como una gran vidriera hacia su plaza seca, de 2,5 x 12 metros. Detrás de este vidrio, se montó –pegada sobre paneles a 40 cm de distancia- la obra que consiste en dos conejos de 2 metros cuadrados aproximadamente, realizados en papel pintado en celeste y con rayones en blanco. Estos conejos se encuentran enfrentados, desde los extremos de la amplia ventana. A modo de diálogo, se dibujaron líneas onduladas que unieron ambas figuras, y en ellas, dispersadas por toda la superficie, se pegaron impresiones en papel de 45 cm aproximadamente, de fotos de desnudos femeninos. Acompañaba esta escena el texto del poeta Julián Axat:

### **habladurías**

1.

hubo un día que viajé hacia atrás y me di cuenta

–en realidad sentí–

que en el descenso  
el pasado disminuye el peso del mundo sobre las palabras

a través del viaje  
surge como pequeño hueco  
y el silencio ocupa tanto espacio  
que deja avivar un fueguito

en ese fueguito  
veo abrigarse a los poetas  
que como un pan se reparten la rosa  
para hacer el amor con ella  
pero también la guerra  
están todos juntos  
no se sueltan

nutren  
el abismo de una cadencia

2.  
cuando regresé a mi tiempo  
el peso del mundo  
volvía sobre las palabras  
y esepreciado hueco se llenó de ruido

vinieron a mí todos los lenguajes  
las habladurías  
y el fueguito se apagó

entonces  
me di cuenta  
que ya no importaba el silencio  
el fuego se avivaría sin hueco

3.  
pensé  
sublimar el peso del mundo  
en la necesidad de decir

y donar la voz  
para que el hueco vuelva a nacer

Julián Axat (2012).

El emplazamiento de esta obra se realizó en el interior del Teatro Argentino, pero expandido hacia la ciudad. Montada en los paneles interiores de la sala, su lectura se iniciaba desde la plaza seca del Teatro. Dadas las dimensiones de la obra y el lugar estratégico de la vidriera, era posible contemplar *Habladurías* desde las calles de la ciudad aledañas al teatro. Esta presencia en la ciudad de la obra se complementó con pegatinas de afiches y de stickers en las inmediaciones de la sala expositiva. De esta manera, la experiencia de la obra abierta al público en la ciudad se profundizó mediante el accionar con las pegatinas.

Se replicó la experiencia en la sala *Vincent* de City Bell, que también cuenta con vidrieras que se abren a las calles de la ciudad. En este caso, las imágenes de los conejos fueron montadas directamente sobre el vidrio de la fachada, y se reemplazó el papel pegado por vinilo de corte.

Posteriormente se llevó la imagen impresa –en afiches y stickers– a distintas ciudades, donde se realizó la acción de pegado en muros, postes, señales de tránsito, ómnibus y otros soportes dispersos en el ámbito ciudad. Los lugares elegidos fueron Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Berisso, Ensenada, City Bell, Gonnet, y fuera de Argentina la experiencia se completó en Sao Paulo, Río de Janeiro, Bogotá y Miami.

## Producciones de sticker artístico no locales.

El sticker artístico como muchas otras prácticas contemporáneas, se desarrolla simultáneamente en distintas ciudades. Si bien el campo de estudio abordado aquí es la ciudad de La Plata, he relevado ejemplos en ciudades paradigmáticas de Latinoamérica: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Sao Paulo, Bogotá y México D. F. Y he comprobado que en otras ciudades la práctica del sticker es mucho más extendida. Recorrer calles de otros países me ha proporcionado mucho material visual e influyó en mi elección de tema de estudio, por creerlo, además, algo incipiente en nuestro contexto.

También, los libros impresos y los sitios on-line, mayormente, se corresponden a publicaciones, trabajos, relevamientos o propuestas de otros países, como España, Alemania, Estado Unidos, Brasil, Colombia entre otros.

Más allá de las prácticas del sticker en intervenciones urbanas, algunos artistas han utilizado el dispositivo como medio para prácticas más complejas. Por ejemplo, la exposición *Obsesión infinita* de Yayoi Kusama<sup>52</sup> presenta la obra *The Obliteration Room* (La habitación del borramiento, 2002-2013), en la que un cuarto es especialmente intervenido por el público con stickers circulares de colores durante el transcurso de la muestra.

Comenzó como una habitación aparentemente simple, limpia y blanca que fue mutando mediante la acción del público en una magnífica instalación realizada con pegatinas. Yayoi Kusama planeó esto para la Galería de Arte Moderno de Brisbane. Durante el transcurso de dos semanas, a los visitantes del museo les dieron stickers para ser colocados donde quisieran. La misma propuesta fue realizada en distintos museos y galerías de arte, incluyendo el Malba, en la ciudad de Buenos Aires.

---

<sup>52</sup> Yayoi Kusama. *Obsesión infinita*. Realizada en Malba – Fundación Costantini (13.06-30 al .09.2013) Curadores: Philip Larratt-Smith y Frances Morris. La exposición presenta la trayectoria de esta artista que va desde el ámbito privado a la esfera pública, desde la pintura a la performance, del estudio a la calle.

La propuesta también funciona como un lienzo en blanco para ser vigorizado o, en el vocabulario de Kusama, 'borrado' - a través de la aplicación, en todas las superficies disponibles, de stickers de colores en forma de puntos. La habitación blanca se borra poco a poco en el transcurso de la exposición, el espacio cambia sensiblemente con el paso del tiempo, ya que los puntos se acumulan como resultado de miles y miles de colaboradores.

La interactividad se convirtió en un componente importante del trabajo de Kusama hacia finales de 1960, cuando sus actuaciones públicas en solitario se expanden como acontecimientos participativos.

Otra propuesta artística realizada con stickers es *GO! STICKER at the Wynwood Walls* (febrero 2013); enmarcada en *The Go! Show*, una serie de exposiciones y proyectos realizados en las paredes de Wynwood–Miami.

Allí se mostraba el crecimiento cultural del arte urbano mundial. El GO! Tienda y el Wynwood walls realizaron GO! STICKER, un proyecto colaborativo y curado por BOMIT (Z James). Consistió en una celebración de esta forma de arte, una exposición que contó con la participación de artistas de trayectoria en la producción de stickers, y un gran espectáculo para apoyar este medio *subversivo*<sup>53</sup> y producido masivamente. Para GO! STICKER se realizó una instalación a gran escala de stickers y también una feria de ventas en la que podían comprarse por kilo (el público elegía los stickers que deseaba adquirir y luego eran pesados en una balanza para realizar su venta).

## **5. Arte y tecnología.**

### **Herramientas de producción**

El hombre busca constantemente nuevas herramientas para la producción de sus obras, artísticas o no, que además de permitir otra forma de trabajo y de búsqueda de

---

<sup>53</sup> El término subversivo está tomado del flyer que promocionaba el evento (disponible en <http://www.wherevent.com/detail/The-Go-Show-GO-STICKER-at-the-WYNWOOD-WALLS>).

sentido permitan adjuntar el contenido lingüístico y social inherente a ellas. Una herramienta nunca es sólo un artefacto utilitario sino que es, también, un campo de nuevas posibilidades de uso. La incorporación de nuevas herramientas, soportes, medios, disposiciones espaciales por parte del campo del arte supone la libre utilización del dispositivo, más allá del uso *aconsejado*. La *profanación*<sup>54</sup> de la utilidad funcional puede convertir dichos dispositivos en nuevos soportes y espacios artísticos. Es un acto de la imaginación, un hecho creativo que subvierte el consenso utilitario del objeto (herramienta). Lo mismo puede darse con teorías y descubrimientos en el ámbito de lo científico, que siempre funcionan en los receptores atentos como nuevos modos de pensar, ver y actuar en la realidad. Esto provoca una multiplicidad de valoraciones, discursos y sentidos dados en cada época. Obviamente, el arte como práctica y discurso social no queda exento.

José Luis Brea<sup>55</sup> plantea el siguiente argumento: "...si bien es ridículo esperar que todo desarrollo técnico de lugar al desarrollo de una forma artística, resulta igualmente inverosímil pensar que pueda una forma artística nacer si no es irreversiblemente ligada a un desarrollo de lo técnico..."<sup>56</sup> (Brea, 2002). Siguiendo su planteo, se puede formular que si bien es cierto que no todo desarrollo tecnológico o técnico provoca de por sí el surgimiento de un nuevo campo de lo artístico, todo surgimiento tecnológico y técnico puede utilizarse artísticamente. En la serie *Analogías* (1971-1977) de Víctor Grippo<sup>57</sup>, se utilizan papas que son conectadas con electrodos a un voltímetro para medir la energía que producen –capaz de encender una pequeña radio-. Se crea en la obra una alegoría, donde las papas funcionan como metáfora para representar a la conciencia. Un alimento originario de América Latina significa la energía de la conciencia de ese pueblo. El espectador es quien debe hacer la asociación entre la comprobación científica y la reflexión social y política: si muchas papas generan más energía que una, entonces, al unirse las conciencias, éstas se expanden y sus posibilidades son ilimitadas.

---

<sup>54</sup> Con esta denominación nos referimos a la ruptura del orden funcional de las herramientas que a través de un acto de la imaginación es vista y usada fuera de los límites de su utilidad. Para leer más acerca de este concepto puede consultarse el texto de Giorgio Agamben *Profanaciones* (2005).

<sup>55</sup> José Luis Brea: España, 1957-2010.

<sup>56</sup> *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. (pág 18)

<sup>57</sup> Víctor Grippo: Junín, 10 de mayo de 1936- Buenos Aires, 20 de febrero de 2002.

Los descubrimientos científicos y avances tecnológicos han influenciado el desarrollo del arte: las leyes de la perspectiva, la teoría de la luz, la invención de la fotografía, la ley de la relatividad o la teoría del caos, acompañan de alguna manera el desarrollo de las concepciones artísticas. El descubrimiento de la fotografía, por ejemplo, un discurso técnico ligado a la luz y a la química, fracturó la concepción de arte que prevalecía hasta ese momento desligándolo del círculo cerrado de la alta burguesía y haciéndolo accesible a los ciudadanos gracias a la reproductibilidad técnica.

La búsqueda de los creadores en lo circundante, en lo técnico, lo tecnológico, en las nuevas posibilidades que se encuentran en la contemporaneidad, acompaña de alguna manera el desarrollo de nuevas propuestas artísticas.

El mundo de la industria y de la técnica, junto con la búsqueda de sentido propia del arte, permitieron el desarrollo de obras en serie y de producción de multieemplares. Podemos hablar de técnicas mediadas en distintos grados por la tecnología aplicada, como la xilografía, el aguafuerte, la litografía, el off set, la serigrafía y más recientes como la electrografía y variado campo de lo digital.

A partir del S. XX un cambio conceptual en los modos de concebir y producir arte produce un borramiento en los límites entre las distintas disciplinas artísticas y un agotamiento de los modos tradicionales de representación. Al mismo tiempo, se afirman en su masividad los modos mediáticos, sobre todo los vinculados con la imagen impresa y digital.

...el arte pop, en el momento histórico de expansión económica y consumista de las democracias occidentales, estableció de modo definitivo que no hay materia para el arte distinta o fuera de ese universo global de la representación que, a través del crecimiento del consumo, actuaba ya como la fuerza de expansión universalista de cultura más potente que haya conocido nunca la humanidad...<sup>58</sup>

En la actualidad, convivimos con imágenes fragmentadas, múltiples, plurales. Los nuevos métodos de producción de imágenes han variado incluso la concepción del espacio y el tiempo.

---

<sup>58</sup> José Jiménez. Teoría del arte (pág. 244)

El artista reúne en sus obras lenguajes, técnicas, modos de producción. La obra de arte deja de responder sólo al artista, los observadores son también creadores, en la medida que la completan o la desarrollan. Hay una mayor participación e intercambio artista-espectador.

Como se ha dicho, los avances técnicos proporcionan nuevos materiales, procesos y herramientas que pueden contribuir a la realización de proyectos artísticos. Pensando qué posibles manifestaciones artísticas podrían surgir de las vivencias y experiencias que los artistas tienen en relación directa con la realidad contemporánea, altamente tecnificada, comunicada y entrelazada sería posible concebir al sticker artístico como emergente de esa experiencia.

El surgimiento de la práctica que se estudia, puede vincularse con la experiencia y vivencias que los creadores han mantenido con el formato *figurita* y *sticker* desde su infancia. Es posible pensar que la concordancia entre intenciones artísticas, medios conocidos y posibilidades materiales hayan contribuido al desarrollo del sticker como práctica artística.

A pesar de su pequeño tamaño, constituyen un fenómeno que impregna el paisaje urbano, a menudo visto en los postes, ventanas, puertas, sanitarios, transporte público y todo tipo de superficies. Contribuyen de forma anónima al intercambio social urbano sin desprecio por el principio de la propiedad privada, en términos de puesta en peligro y alteración estructural de los elementos abordados.

También el arte adhesivo ha experimentado un aumento meteórico en los últimos años. Las prácticas del afiche y el sticker encuentran cada vez más facilidades de producción, más lenguajes comunes y reconocimiento por parte de pares y transeúntes. Los jóvenes, educados bajo el movimiento del graffiti, ven la expansión urbana como su espacio y las sanciones por ser encontrados con un aerosol de pintura en la mano se están volviendo un hecho grave. Hasta hace poco, este fenómeno o condicionamiento sólo regía para ciudades foráneas, pero en los últimos tiempos, rige en Buenos Aires una nueva legislación que va tomando forma y cada vez más y con más rigor se sancionan a quienes se encuentren en actos de pegatinas, siendo considerados hechos vandálicos por las leyes locales. Pegatinas de stickers y carteles proporcionan un mercado artístico idóneo: por un lado los *activistas* pueden

dispersarse rápidamente, y por otro los artistas pueden ser muchos más concretos en un momento dado. Los avances tecnológicos en los últimos años también han jugado un papel importante: hoy en día, es fácil crear pegatinas y carteles en la comodidad de la propia casa, a un costo relativamente bajo, y viajar de una ciudad a otra con la producción auestas; mientras que Internet ha permitido a personas afines de todo el mundo poner en común sus ideas y propiciar el acceso a las últimas tendencias compartidas. Con el paso del tiempo hemos llegado a comprender que esta actividad no es tan individual como se cree: el mismo fenómeno ha ido surgiendo en muchos lugares, y el número de intervenciones ha crecido. Tal vez lo más sorprendente sea la similitud que se da a nivel global entre estas intervenciones gráficas. Ya sea Barcelona, Sao Paulo, Buenos Aires o La Plata, el paisaje urbano evoca una reacción unificada tanto en términos de forma como en la intención artística, con los mismos logotipos y estéticas que parecen surgidas de un mismo mundo globalizado, incluyendo en las poéticas un diálogo técnico-ideológico.

### **Lenguajes, técnicas, características formales y espaciales propias.**

Como he sostenido las propuestas artísticas realizadas mediante stickers insertan las obras (figurita, el soporte-objeto que es el sticker) en la urbe modificando la valoración sobre el espacio público y las posibilidades de apropiación del mismo. De este modo se establecen nuevas relaciones entre los espacios (soportes para apropiar) y los habitantes de la ciudad como posibles receptores. Las dinámicas que asume el arte con stickers en el espacio público lo posicionan como un elemento simbólico de percepción estética y de referencia para los habitantes de la ciudad. Establece una relación armónica entre los sujetos atentos y los territorios al incorporar valores estéticos (formas, color, ritmos) a un hecho u objeto para generar nuevas lecturas del paisaje urbano, traducidas en evocaciones, contrastes, rupturas e impresiones que convocan la voluntad del otro, que se aduce hombre público.

Algunas de las claves que se pueden percibir en el trabajo de muchos artistas que eligen el sticker y el espacio público como ámbito de emplazamiento para su producción tienen que ver con la tendencia a intervenir temporalmente: se incluyen en



el hecho artístico acciones, eventos y procesos. Esta tendencia amplía el sistema de producción y difusión de las obras y provoca cambios que llevan al abandono de ciertas categorías tradicionales del arte, como la de *la autonomía artística* y la figura del *individuo como genio creador*; abren a la posibilidad, por el lugar mismo en el que están emplazadas, a la intervención de acciones grupales, de colaboraciones participativas o propuestas anónimas que terminan siendo la atmósfera que acerca la noción de completitud de las propuestas. Estas relaciones se establecen mediante diálogos que se desarrollan entre los transeúntes y los espacios de la ciudad. Este entrecruzamiento se pone en escena mediante una manifestación que podría considerarse acto creativo (la percepción, la intención de la mirada del otro) que da sentido y otorga la ansiada completitud al soporte-objeto: Sticker.

Los recursos expresivos utilizados en las prácticas del sticker artístico conforman un lenguaje que tiende a afectar al colectivo social. El tamaño, las formas, el emplazamiento, determinan modos de acceder a ellos que les son propios.

Los stickers artísticos son de pequeño tamaño, generalmente menores al formato estándar A6 de papel (148 x 105 mm). Esta elección de tamaño responde a las características de la producción hogareña y a la necesidad de aprovechamiento del pliego de papel estándar A4. Formas más pequeñas permiten mayor cantidad de ejemplares por hoja. De la misma manera, si la impresión es realizada en centros de copiado, menor tamaño garantiza mayor cantidad de stickers por metro cuadrado de impresión. Además, que sean pequeños amplía el campo de posibles lugares a intervenir y facilita la acción misma de pegado. Stickers más pequeños implican menor tiempo y esfuerzo al momento de acción, y mayores probabilidades de pasar inadvertidos en la tarea misma del pegado.

Las formas pueden ser regulares, como cuadrados, círculos o triángulos; geométricas, como triángulos, rectángulos o poliedros; o irregulares, en este caso acompañan el contorno de las formas, que por una cuestión de practicidad en el momento de ser pegados, suelen ser formas sencillas y cerradas.

Algunas veces, la composición general de la imagen se produce mediante varios stickers, lo que permite armar imágenes más grandes compuestas por módulos.

Los stickers artísticos se desarrollan mundialmente y comparten un código y lenguaje comunes. Un factor característico es que son obras que tienden a absorber el desgaste temporal como parte inherente a su ser, es decir, que son manifestaciones que soportan su propia temporalidad como elemento constitutivo de su ser obras. Por ello su registro es muy importante, porque por un lado, sirve como una especie de base de datos que se convierte en un lenguaje estereotipado del cual pueden nutrirse los hacedores de stickers y, por otro aumenta la visibilidad y durabilidad, así como el acceso, del objeto soporte sticker a un público mayor, creando así una especie de comunidad (muchas veces virtual) entre usuarios y productores. Esto provoca que los mismos tipos de imágenes se repitan y copien en lugares físicamente lejanos, pero cercanos por las redes comunicacionales propias de la web.

Cuando las computadoras personales e Internet comenzaron a desarrollarse en la década de 1990, la tecnología provocó una revolución. Aunque nadie en el momento podría haber dado cuenta de la magnitud de su impacto, para muchas personas Internet llegaría a superar a los medios clásicos de comunicación como el periódico, la radio y la televisión como fuente principal de información. Ya no son simplemente los medios que deciden qué información nos llega; podemos decidir por nosotros mismos qué leer, ver y escuchar, y tenemos un público *mundial* a nuestro alcance.

Transcurridos algunos años, las computadoras han bajado sus costos; impresoras y cámaras digitales son accesibles económicamente y también fáciles de operar, lo que las han convertido en herramientas esenciales en el hogar moderno; y se suma que hay muchos sitios que ofrecen espacio para cargas y descargas, correos electrónicos o blogs. Fotos publicadas en Internet han permitido a millones de personas tener acceso al arte por pegatinas. Esto contagia, funciona como medio inspirador, y muchos se entusiasman y animan a producir sus stickers por lo que vieron en la Web; muchos fueron capaces de poner a prueba sus propias ideas a través de la tecnología moderna, como las computadoras e impresoras hogareñas.

Softwares como Corel Draw y Adobe Photoshop han demostrado ser ayudas innovadoras: los artistas pueden escanear una imagen o tomar una fotografía digital y luego usar Photoshop para convertirla en una imagen gráfica compuesta de puntos

negros (tramada); esto hace que se pierda un poco su carácter fotográfico y adquiera características emparentadas con la gráfica artística.

Las mejoras en las condiciones para viajar ocurridas durante los últimos tiempos, tanto en términos de asequibilidad y la elección de destinos, también han beneficiado a la escena en crecimiento. No es que simplemente los viajeros se convirtieron en artistas sobre la base de lo que vieron; en muchos casos, los artistas viajaron a numerosas ciudades del mundo con carteles y/o stickers en sus valijas. En Nueva York, la artista Swoon (1978, Connecticut) conocida por su obra de tamaño natural, viajó con frecuencia -por ejemplo, a Berlín, a participar en exposiciones y aggiornar la ciudad con sus carteles. Bleck Le Rat también acostumbra viajar con sus obras, y la proliferación del motivo Obey Giant es otro ejemplo notable. Aquí, Ral Veroni emplazaba sus stickers en los mismos medios de transportes: ómnibus, trenes y subterráneos porteños.

Pensando en viajes más acotados, caminar por la ciudad ofrece posibilidades de asombro: nunca se sabe qué tesoros se pueden encontrar. Pegatinas de carteles y/o stickers pueden cambiar todo el carácter de una calle de la noche a la mañana; entre la monotonía de los carteles publicitarios, tal vez surja la tenue luz de una obra que ha sido cuidadosamente creada por la mano de un artista. Asimismo, la escena artística está en continua evolución, cambiando incesantemente los paisajes circundantes.

En las calles o ámbitos públicos, ninguna pegatina que ocupe un lugar de manera ilegal dura mucho tiempo. Prácticamente no hay otra forma de arte urbano que tenga una vida tan corta, en ciclos continuos de creación y destrucción, consecuencia de los materiales- papeles y adhesivos- que generalmente se usan. La lluvia, el viento, el sol, la nieve -en otras latitudes-, pegamentos caseros o de mala calidad, cuidadores y limpiadores, todo puede actuar en contra de la duración y permanencia de las pegatinas. De hecho, los artistas a menudo lo ven como una gratificación extra si sus obras sobreviven más de un mes. Por ejemplo, se pueden pegar un centenar de carteles en una noche, a la mañana siguiente habrá cincuenta y a la semana habrán desaparecido otros veinte, tras otros veinte... y el resto tal vez sobreviva durante dos o tres meses como máximo. Por eso la importancia del lugar elegido para las pegatinas, que pueden durar un poco más, dependiendo de dónde sean colocadas.

Los artistas se han acostumbrado a la continua desaparición de sus trabajos, que a menudo han tomado semanas de preparación. Pegar algo afuera, en la calle, no sólo implica hacer algo para que desaparezca: la idea es producir e interpelar al transeúnte, o simplemente acercarle un regalo.

La producción en papel, por otro lado, es como un organismo vivo, cambiando, perdiendo laminados, sufriendo estiramiento y permitiendo el desarrollo de nuevos elementos en conexión con la superficie soporte. También el posible accionar conjunto de otro artista, interviniendo la propuesta original. Una nueva obra de arte se crea todos los días a través del proceso de decadencia.

A veces dentro de las prácticas de arte urbano el lugar genera la obra. El artista comienza buscando el lugar correcto y luego crea la imagen. En la práctica, se prefieren los lugares que garantizan una vida útil más larga. Esto es más difícil con carteles o afiches que con stickers, que a menudo se pegan a los objetos que rara vez se limpian, como postes o el dorso de las señales de tráfico.

En la ciudad de La Plata, los lugares que se eligen para intervenir son los homologados socialmente para estas prácticas, se constituyen ciertos lugares donde se encuentran diseminados la mayoría de los stickers (como he descrito anteriormente los que he relevado en La Plata). Este acotamiento del espacio se da por ser este ámbito el lugar de mayor reconocimiento del producto y también donde sus productores transitan cotidianamente, ya sea porque allí trabajan o estudian.

La web funciona también como lugar de circulación de estas obras. Existen páginas de Facebook que nuclea a artistas del stickers y se propone como lugar de encuentro e intercambio de experiencias. Por ejemplo, los perfiles *·Street art stickers· Por diversión, Sticker Invasion, Sticker Attack o Sticker Bomb* propician este tipo de prácticas.

La circulación en la web de experiencias en este sentido, hace que se creen antecedentes y modelos susceptibles de repetición. Incluso muchas propuestas que circulan por internet ofrecen una plantilla o modelo para que se repita, para imprimir y situar en distintas partes del planeta. La disponibilidad técnica, el abaratamiento de los medios de producción, la familiaridad y cotidianidad de las herramientas, hacen que la producción de stickers artísticos sea accesible a un gran número de personas. Algunas

páginas tienen un espacio de interacción, donde pueden subirse los registros de las repeticiones de las experiencias.

Por ejemplo, la página <http://streetstickers.co.uk/machine/> ofrece una plataforma donde se pueden editar stickers bajo una forma prefijada. Se pueden cambiar los textos y colores y elegir entre una serie limitada de *tags*<sup>59</sup>. Una vez finalizado el diseño, desde esa misma página es posible imprimir stickers, si se cuenta con una impresora instalada y papeles adhesivos acordes.

También en el sitio <http://www.stickeryou.com> se presenta una plantilla para la impresión de stickers. Se selecciona una imagen o se suben imágenes propias (una que se repita o varias distintas) y se ubican en un módulo que se corresponde con la superficie de impresión. El sitio cuenta con un editor online, donde es posible cambiar colores, ingresar textos, cambiar tipografías, etc. Una vez terminado el diseño, se envía desde la misma plataforma y por una suma baja de dinero se obtiene la plancha de sticker impresa. Se pueden elegir desde 20 stickers en una única página hasta 5.000 stickers en 250 páginas total.

En nuestro país existen páginas que ofrecen el servicio de impresión de stickers, son imprentas dedicadas a la gráfica en general, pero no cuentan con editores *on line* o propuestas abordadas desde la creación artística.

Entonces, resulta esperable que una práctica individual extendida por el mundo repita en ciudades tan distintas como Miami, Madrid o La Plata, imágenes, símbolos, lenguajes, formatos, modos de producción y exhibición de un mismo soporte.

Las técnicas que se utilizan responden a dos tipos de producciones: las manuales o de producción individual, y las producidas en series mediante distintas tecnologías de reproducción. Los stickers manuales son realizados con marcadores, tintas y pinceles u otros medios plásticos, en papeles autoadhesivos. Estas imágenes, luego son recortadas en forma individual y finalmente pegadas en el espacio urbano. Los stickers producidos mediante técnicas de reproducción pueden implicar en menor o mayor medida el trabajo manual del creador, siempre sobre el soporte papel autoadhesivo.

---

<sup>59</sup> *Tags*: firmas estereotipadas que forman parte de la iconografía del graffiti.

Desde impresiones con serigrafía en uno, dos, tres o más colores, hasta impresiones en impresoras hogareñas, por foto duplicación, fotocopias o plotter, todas comparten la particularidad de la multiejemplaridad.

Con frecuencia de pequeño tamaño, los stickers artísticos muchas veces poseen un borde de color homogéneo, para separar la figura del fondo donde son pegados y facilitar la rápida lectura.

En la ciudad de La Plata se observan varios ejemplos que dan cuenta de estas características. También encontré un fan –Valentino Tettamanti- que armó su propio álbum de stickers, titulado *Sooonmiisamigoos*, conteniendo en sus nueve páginas ejemplares de stickers artísticos<sup>60</sup>. De algunos stickers no he encontrado datos, pero en otros casos he podido dar con sus creadores: La Wife, Valentino Tettamanti, Ezequiel Zaracho, Z e k, Tinta Cruel, Carlitos Servat, Nahuel Torras, grupo Figurones fluo, Gachi, Cabe Mallo, Florencia Sfoggia, Antonella Andreoletti, Barbi Renati, FrochDnd, Marina Dnd, NaisDnd, Marcos Moreno, Coco Nuez, Nicolás Salvatierra, PorãYsyry Paraná, Gastón Olmos, Lules Soy, Seba Acampante, Gabriel Conti, Lucas Luisao, Violet Castle, Falopapas. A los de estos creadores, agrego los míos.

### **Entrevistas a artistas.**

Se presentan a continuación las entrevistas realizadas a algunos de ellos. Sus palabras aportaron datos interesantes para contemplar al momento de producir estas reflexiones teóricas; y sus imágenes –las compartidas para esta publicación en el Anexo del texto y sobre todo las emplazadas en las calles- han sido objetos estudiados para esta tesis:

### **Z E K**

#### **¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

---

<sup>60</sup> Pueden verse imágenes de este álbum en el anexo 4.

Cuando niño solía dibujar en papeles autoadhesivos y regalarlos o pegarlos en puestos de revistas o teléfonos públicos, o donde me parecía que alguien lo podía descubrir si justo miraba a ese lugar, siempre en la calle o lugares públicos.

**¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Me lo tomé en serio cuando pude producirlos en cantidad gracias al uso de herramientas digitales.

**¿Cómo los hace?**

Ahora con medios digitales, tanto dibujos de vector como dibujos escaneados, luego los imprimo en casa o llevo a imprimir el archivo a alguna gráfica, luego los recorto con tijera.

**¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

Es una manera de dejar una marca o “decorar” algo de manera más rápida y efectiva que con otros medios.

**¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

Me gusta que la gente los vea o descubra como en colectivos, paradas de colectivos, cabinas de locutorios, la calle, o en productos de supermercado.

**¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Al azar, pero con puntos estratégicos.

**¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

Sí, porque se produce de manera artística, con la intención de exponerlo, en mi caso de manera anónima, en la calle o lugares públicos o concurridos.

**¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

Lo veo como un complemento en la producción del artista urbano o del diseñador gráfico más emparentado con la ilustración, manteniendo una línea estética entre sus producciones.

No he visto artistas que solo se dediquen a producir stickers.

.....

## **Wife**

### **¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

Fue en Buenos Aires en el año 2007 hacia finales de año

### **¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Fui investigando técnicas callejeras en internet y di con esta

### **¿Cómo los hace?**

Se pinta con acrílicos sobre papel, también se pueden hacer desde fotocopias o estenciles o combinar todas esas técnicas, hay muchos modos de hacerlas, yo prefiero pintar directamente

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

Me gusta lo efímero, me gusta la inmediatez para aplicarlas

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

Depende de muchos factores, lo ideal es encontrar un lugar que no le moleste a nadie, lugares transitorios que están en ruinas o paredes abandonadas etc.

### **¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Trabajo al azar, y con la bicicleta

### **¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

Sí, es una práctica del arte, es una manifestación relativamente nueva del arte y también una nueva forma de comunicación social

### **¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

Va en aumento, pienso que está en un buen momento

### **Algo que quiera contar.**

Lo importante de esto es el valor de comunicación y compromiso que se sucede al empezar a trabajar en las calles, no necesariamente uno deba decir algo político o de queja, simplemente con el mismo acto de tomar las paredes de las calles está haciendo un acto político y artístico, creo que todos los que salimos a las calles tomamos conciencia de esto y apuntamos mejor en nuestro discurso, eso es algo que creo que



es positivo, más allá del ego de mostrar la propia producción en paralelo con otras cosas, nos damos cuenta de que hay un impacto social en esto.

Pd Aclaración, sticker es lo mismo que pegatina, en Brasil le llaman colagem, en Colombia se le dice carteles, y no se le agrega el artístico por que no hace falta, así se denomina en el medio, saludos !!!

.....

## **Tinta Cruel**

### **¿Dónde y cuándo fue tu primera pegatina de stickers artísticos?**

En la Plata, en el invierno de 2012, luego de leer un texto de Walter Benjamin empecé un proyecto de sticker dibujados a mano -no impresos- . Este proyecto lo titulé: “En la era de la reproductibilidad técnica, originales auráticos” fueron realizados sobre etiquetas autoadhesivas marca “Pegasola”, las imágenes fueron realizadas con tinta color y tinta china, más el agregado de un pequeño sello en fotopolímero de mi firma dibujada.

Tímidamente, los primeros los pegué a modo de prueba, en la Facultad de Bellas Artes y después lo extendí a paradas de micros, interior de micros de la ciudad y de media distancia y en el subte de la ciudad de Buenos Aires.

### **¿Cómo empezaste a trabajar con stickers artísticos?**

La cosa fue bastante espontánea, creo que casi sin darme cuenta y de manera natural, si bien uno ya tenía incorporado, por el hecho de ver en el paisaje urbano distintos stickers, a mí me pareció que era el medio ideal para llevar una intervención estética, si se quiere, en distintos lugares y una manera de dejar una marca y una presencia en distintos lugares. Las imágenes en si refieren a gatitos o a sombras de estos animales y son casi un dibujo rupestre pero original, lo único que se repite es el sello de la firma, como si fuera un sello japonés, un pequeño cuadradito en rojo que dice “tinta cruel”.

### **¿Cómo los haces?**

Puntualmente la seriación de stickers originales no fue nada ardua ni trabajosa, ya que empecé con etiquetas pequeñas (de aproximadamente 5cm de ancho por 7 de alto)

sobre una mesa con una herramienta que podríamos llamar “tiralíneas “. Iba haciendo el primer gesto a color par, inmediatamente, con un plumín, tocaba la imagen produciendo una mezcla de colores esfumados, luego de que se secaran les colocaba el sello de la firma en rojo. Este procedimiento me permitía, de pronto, hacer unos 60 stickers en una hora y media aproximadamente.

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más te atraen y por qué?**

Creo que lo atractivo está en ese límite que hay entre “lo permitido y lo no permitido”, en lo que significa dejar una marca en un lugar, algo así como cuando los perros marcan su territorio orinando, claro uno no va a andar haciendo esa guarrada, pero si puedo pegar un sticker. Además, en mi caso, que los stickers sean obras únicas e irrepetibles tienen la intención de compartir un hecho artístico en lugares de mucho tránsito de personas. Entre nosotros, tengo una íntima necesidad de llamar la atención del otro, de decirle, de alguna manera “este soy yo” o “aquí estuvo tinta cruel”.

### **¿Cuáles son tus lugares preferidos para pegarlos?**

Los lugares surgieron de mi propio transitar, quiero decir que han sido pegados en las paradas de micro, en los micros o en los pasillos facultativos por donde he transitado habitualmente.

### **¿Estableces recorridos o trabajás al azar?**

No hay recorridos pensados, surgen de mi propio vagabundeo en mis territorios de andanzas.

### **Algo que quieras contar**

Era el año 1977, yo iba a la escuela secundaria, una mañana, mientras esperaba el bondi para ir a la escuela me sorprendió ver en un palo pegado un sticker, el mismo era el logo del mundial '78 pero tenía dibujado unos alambres de púas, y algo decía con respecto a los campos de concentración y el mundial de futbol de la dictadura. Me shoqueó, ver ese autoadhesivo (no podríamos llamarlo sticker) por lo clandestino y subversivo que era, me asomaba a un abismo, el abismo que trataba de ocultar la dictadura. Creo que siempre quedará en mi mente y siempre relacionaré el desarrollo del arte en la calle con lo clandestino, lo prohibido y con la mirada reveladora de la realidad que muchas veces desde el poder nos quieren ocultar, he dicho.

## **Carlitos Servat**

Sí, he hecho y he pegado algunos de estos “cosos,” como ya sabés, los hice para pegar como estampillas (las *estampijas*). Creo que tengo algún ejemplar que sobrevivió por no ser papel adhesivo, posteriormente pegué los *matafuocos*.

El proyecto, que fue hecho para Melamed, era ver como una obra pervivía en distintos contextos. La fecha la podemos sacar, fue cuando curse allá en la AMIA <sup>61</sup> Por ello digo “cosos,” porque como todo lo que hago, son hechos que tratan de plegarse a algún elemento ya hecho para de-coserlo o desarmarlo.

Ahh!! y los souvenirs de mi hermana.

### **¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

Estaba aún en la facu, creo que dos años después de comprar la máquina de chorro de tinta<sup>62</sup>. Los “cosos” fueron impresos en *Elgart*<sup>63</sup> en vinilo autoadhesivo.

### **¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Simplemente fue un recurso, no me considero un trabajador desde lo disciplinar; los recursos que utilizo varían de acuerdo a la necesidad que surja de la obra, parto de lo normativo para de normalizar.

### **¿Cómo los hace?**

Los imprimo y ya está.

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

La rapidez, la superposición, la versatilidad.

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

Hasta ahora monumentos, la idea inicial de los *matafuocos* eran las escuelas.

---

<sup>61</sup> Año 2009.

<sup>62</sup> Año 2000

<sup>63</sup> Casa donde se realizan trabajos de impresión en la ciudad de La Plata.

**¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

No, ninguno de ambos, solo puntos fijos, lugares.

**¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

El dispositivo no, pero la práctica artística si puede efectuarse con stickers.

**¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

Respecto al arte lo veo como una práctica normada, repetitiva y adolescente.

**Algo que quiera contar.**

En Bonta<sup>64</sup> hice estampas autoadhesivas en gran formato para pegar en paredes. Aún debe haber una de Gachi<sup>65</sup>, no las pegué pero fue un gran intento... ¡jaj un stickeronnn!

.....

**Nahuel Torras**

**¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

En un encuentro colectivo en el barrio Mondongo de La Plata, año 2011.

**¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Un amigo de la facultad tenía algo de experiencia en el tema. Y me sumó en esa convocatoria. Trabajé con papel de sticker con recursos tradicionales, acrílico y tintas.

**¿Cómo los hace?**

Sigo trabajando los stickers y pegatinas de la misma manera, con el carácter de obra única. Si un motivo se repitiera lo vuelvo a dibujar de 0. Pienso la imagen como despojo de todo valor a priori del genio y el plus valor que la obra de arte tiene en una

---

<sup>64</sup> Bonta es una imprenta dedicada a la publicidad que tiene un departamento de arte, localizada en Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

<sup>65</sup> Gachi es Graciela Galarza, quien produce obras con stickers.

galería. La obra sticker o pegatina es por mi considerada como una obra de carácter público.

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

La posibilidad de insertar un enunciado gráfico en la vía pública. Hacer del arte un cotidiano para aquellos que convivan con mis imágenes o la de los grupos con los que trabajo.

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

Cualquier espacio público que guarde alguna relación de orden estético con mi obra, así sea por el tema o por sus características cromáticas, físicas o medio ambientales. También suelo considerar imágenes luego de haber visitado el espacio en cuestión.

### **¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Digamos que el azar atraviesa siempre mi camino, sobre todo en el encuentro con dicho espacio. Hay momentos en los que un espacio es coherente con alguna imagen archivada o que el mismo espacio es la musa de por sí.

### **¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

El Sticker es una práctica contemporánea emergente de una generación intoxicada por las imágenes (la cultura visual). Los jóvenes, sobre todo, son los que explotan este medio como una puerta de salida de su trabajo en casa. ¿Su trabajo es Arte? Alguno diría que si no está contenido por algún marco institucional que le dé entidad eso no puede llamarse arte. Ahora ¿si el vecino dice que es arte?, ¿si el vecino acepta esa imagen? Entonces ese chico es ahora un artista. Yo así lo entiendo, con que un solo sujeto social diga esto es arte y puede defender esa postura con un mínimo fundamento, eso irremediabilmente deviene en obra.

### **¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

Es, a mi entender, una de las vías más fuertes para conquistar el terreno de las producciones del arte físicas. Hoy es la era de la pantalla, y mucho de lo que se produce, en el ámbito gráfico, es para blogs y redes sociales. Existe un nuevo espacio público y es en los muros de las redes sociales. La imagen sobre formato físico es hoy un cable a tierra con lo que pasa en la calle. Lo que pasa en el espacio público que

integra a un estado. Y es ese cable a tierra el que determina, en última instancia, la posibilidad de recuperar la calle como espacio de relaciones humanas.

.....

## **falopapas**

### **¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

Imán, sticker y aerosol desde el 2009

### **¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

No fue pensado como obra, sino como elemento de difusión de falopapas

### **¿Cómo los hace?**

Varias maneras, impreso, serigrafía, handmade

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

La facilidad de difusión y la rapidez al momento de invadir o entrar en un espacio público/privado. A diferencia de otras prácticas de arte urbano, es fácilmente removible y fluctuante

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

Siempre se busca alguna mínima composición en cualquier lugar

### **¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Ni recorridos ni al azar, sólo por oportunidad y el momento correcto

### **¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

Al principio no, pero con el tiempo fuimos encontrando el lenguaje para comprenderlo como una manifestación artística

### **¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

En La Plata no lo he visto completamente desarrollado como manifestación artística

.....

## **Ezequiel**

### **¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

Fue como en el 2010 en mi casa, probando como quedaban las letras estilo graffiti que hacía en una plancha de stickers que me había regalado un amigo.

### **¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Al principio fue una prueba para ver cómo quedaban, como me gustó empecé a investigar en Internet cómo los podía hacer yo de forma fácil y económica.

### **¿Cómo los hace?**

Empecé comprándome unas planchas de stickers a4 (común e ilustración) y los imprimía en casa. Mayormente hago algún boceto o agarro algún dibujo y lo retoco con photoshop o con algún otro programa de edición, los imprimo y los corto. Aunque a veces me gusta dibujar sobre el papel sin boceto previo.

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

Me gusta la cantidad de stickers que puedo generar en poco tiempo. Lo simple y rápido que es pegar un sticker.

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

No tengo un lugar preferido, ya que a la mayoría los regalo, a amigos o gente conocida, etc. Pero los pocos que pego yo por mi cuenta me gusta pegarlos en paradas de colectivos, en los colectivos, medidores de luz, celulares y/o cualquier tipo de objeto de otras personas.

### **¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Por ahora al azar, siempre ando con un sticker encima y si no lo regalo lo pego cuando voy caminando a algún lado (facultad, trabajo, etc.) Algunos los pego en lugares que

los pueda ver para ver cómo reaccionan al paso del tiempo.

**¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

Sí, es otro medio, es otro método de canalizar lo que uno quiere transmitir.

**¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

En mi ciudad (Florencio Varela) casi ni hay stickers, y tampoco conozco a gente que lo haga de forma artística, por así decirlo. En mi opinión está en crecimiento, quizás algunos lo ven como algo difícil o complicado de hacer y quizás no hay muchos que lo intenten y debido a eso está un poco apagado. Pero está siempre ahí, latente.

**Algo que quiera contar.**

Tomé el sticker como una opción a lo que me gusta hacer a mi (graffitis), pero bueno la economía a veces no ayuda al artista. Igual eso no me impidió seguir probando cosas para mostrar lo que hago y así encontré al sticker.

(Ver la página web: <http://chelpi.blogspot.com.ar>)

.....  
Me gusta bromear y **no decir mi nombre.**

**¿Dónde y cuándo fue su primera pegatina de stickers?**

Hice imprimir mi primera plancha de stickers en diciembre de 2013. Los pegué en La Plata y Ensenada. Y también por cualquier otro lugar posible.

**¿Cómo empezó a trabajar con stickers?**

Recuerdo que visitaba a mi hermano en 2003, que vivía afuera, y vi pegatinas por todas partes. Le pregunté qué querían decir y él contestó "nada, es sólo una pegatina". Pensé que era genial, y simplemente me quedó como un recuerdo. El misterio en las obras de estas pegatinas enigmáticas era hipnotizante. Un avance rápido hasta diciembre de 2012 en que experimento un accidente casi fatal que me llevó al hospital. Desde ese día y sobre todo en los primeros meses, me sentía diferente. Sentía experimentar lo que yo llamaría "destellos de inspiración". Estos "flashes" eran fuertes



y me sacaron hacia el arte y la moda, aficiones en las que nunca había estado realmente interesado antes del accidente.

### **¿Cómo los hace?**

Utilizo pegatinas de vinilo serigrafiado. Son un poco más caros que los stickers realizados digitalmente, pero en mi opinión, vale la pena el dinero extra.

### **¿Qué particularidades de este medio son las que más le atraen y por qué?**

#### **¿Considera que el sticker es una práctica del arte? ¿Por qué?**

Siento que las pegatinas son una manera relativamente rápida y barata para que un artista pueda ser visto por los demás, para provocar una conversación. Las pegatinas son una gran manera de poner cualquier tipo de mensaje hacia afuera. Reciben atención de la gente. A veces reparto un montón de stickers y nadie me ha dicho: "No, yo no quiero pegarlos" cuando se lo pregunté. No hay muchas cosas que la gente acepte con una sonrisa. Un sticker puede hacer sonreír a alguien y eso es un arte en sí mismo.

### **¿Cuáles son sus lugares preferidos para pegarlos?**

#### **¿Establece recorridos o trabaja al azar?**

Me gusta poner mis pegatinas en cualquier lugar que pueda, siempre y cuando permitan una lectura de "buen gusto". Me encanta ir al centro y ponerlos en los postes de luz al azar, o cualquier cosa donde pueda pegarlos y se vean rápidamente. También voy escogiendo lugares a medida que paseo. Mis lugares favoritos para poner las pegatinas son lugares donde la gente se reúne. Tengo uno en la ventana de un negocio donde soy un cliente regular. Cafeterías, playas de estacionamiento y parques de skate son también lugares privilegiados. Lo que más me gusta es pasear y darle a la gente los stickers, contarles cuál era la idea y proponerles que los peguen donde sea de su agrado.

### **¿Cómo ve la práctica del sticker en la actualidad?**

Creo que de a poco va teniendo más adeptos y es posible encontrar stickers más trabajados que hace un tiempo. Trabajos más elaborados aparecen por la calle, y en más lugares. Todavía no tienen la profusión ni es como el paisaje que ví en el 2003,

pero creo que de a poco van incrementando sus apariciones e interviniendo en la vista de la ciudad.

**Algo que quiera contar.**

Me da mucho placer pasar por un lugar y constatar la supervivencia de mis pegatinas. A veces busco alguno de ellos, y es gratificante seguir encontrándolos allí, resistiendo al paso del tiempo.

.....

De todas estas conversaciones extraigo ciertas ideas útiles para pensar y unificar conclusiones para este trabajo y aportar al tema del sticker como obra artística.

Las prácticas artísticas con sticker son un fenómeno que se encuentra en pleno desarrollo y expansión. Los artistas que trabajan con este medio, en la ciudad de La Plata, lo hacen desde el anonimato –en contados casos- y mayormente son jóvenes que se encuentran en espacios físicos y sociales comunes. Productores de imágenes que comparten lenguaje y tiempo, intercambian sus stickers en exposiciones de arte o eventos culturales locales.

El desarrollo del arte con pegatinas de carteles y stickers ha sido estimulado por una multitud de factores diferentes. En estos tiempos, hay una base asentada sobre la que se trabaja: los jóvenes que han sido educados por el movimiento del graffiti perciben el espacio urbano de una manera *natural*, fresca, alegre y tienen pocas reservas al momento de imprimir su propia marca. La estética de la vida de la ciudad y la publicidad están siendo interpretadas cada vez más por los jóvenes que se esfuerzan por desarrollar su arte. Esto, unido al conocimiento del medio adhesivo por la convivencia con las figuritas infantiles desde largo tiempo atrás.

Las producciones cuentan con una iconografía común: corazones, flores, espirales, calaveras, animales estereotipados, frases ingeniosas, seres fantásticos o monstruosos, e imágenes de objetos de la vida cotidiana como cámaras de fotos, instrumentos musicales, comidas, entre otros. Mayormente producidos con impresoras hogareñas, aunque también los hay realizados con serigrafía sobre papel adhesivo, impresos en vinilo y algunos pintados en forma individual y manual.

## Conclusiones

Este trabajo no intenta cerrar una problemática ni cerrar otras posibilidades para abordar el estudio de la práctica del sticker artístico desde otras perspectivas, por el contrario apunta a dejar abierta la discusión y constituir un aporte teórico, dada la poca teorización que hay sobre esta área de producción artística.

Creo haber fundamentado la práctica del sticker como acción artística y aportado elementos que muestran cómo los nuevos formatos proponen una experiencia de lo estético particular y la presencia y participación de un *nuevo* espectador más atento. En este caso el término *nuevo* no refiere a una especie de surgimiento de un ser capaz de percibir lo que otros no, sino que se trata de la idea de un espectador abierto a nuevas perspectivas artísticas que deje los prejuicios enquistados de la tradición sobre lo que se determina o no arte. El interés juega un rol central en la formación de los nuevos espectadores, la información y formación hacen que las miradas o los modos de ver un objeto determinen a su vez el estatus artístico del mismo. La necesidad de este espectador interesado deja de lado la tradición kantiana de la contemplación desinteresada del arte. Así una mirada atenta y formada (especializada) aporta una definición de lo artístico que incluye nuevos elementos. Como dice Jauss, la fusión de horizontes entre espectador y obra incluye siempre una definición subyacente del campo de lo artístico. Esta fusión de horizontes de expectativas no se da en todos los casos. Las miradas especializadas (conocedores de discursos artísticos) y aquellos interesados en una práctica y en una producción específica dan lugar al interés que funciona como creador de comunidad. Ya no es la belleza en el sentido kantiano lo que crea la pretensión de una comunidad para la cual lo bello funciona como un lazo intersubjetivo, sino que es este interés consciente de participar de un espacio lo que genera la comunidad. El arte definido en términos de recepción compromete al espectador en la creación de sentidos artísticos y corre la mirada del objeto en exposición a la acción *poiética* del que mira, es el espectador el que produce los sentidos de la obra más allá del objeto mismo. Incluyendo en cada una de sus interpretaciones aspectos vitales de su propia vida. Es interesante notar que las obras no se perciben en un abismo o flotando sobre la nada, sino en un contexto determinado que es siempre socio-histórico. Entonces, el término *nuevo* refiere a un

nuevo modo de pensar, percibir y disfrutar de la diversidad de los discursos artísticos que nuestra contemporaneidad nos provee.

La definición tradicional de la experiencia estética moderna otorga gran importancia al soporte sensorial, es decir que no concibe la posibilidad de tener una experiencia de ese tipo sin estar en presencia de la obra u objeto. La aprehensión sensorial de las obras era la condición de posibilidad de una experiencia por fuera de la cotidianeidad. Es en este acto perceptual donde la distinción moderna entre sujeto-objeto queda suspendida o mejor dicho deviene en un único momento. Es aquí, en este momento, donde radica como correlato de la obra el placer que provoca la experiencia estética en el sujeto.

El desarrollo y la historia de las prácticas artísticas muestran una tendencia que va hacia lo conceptual, es decir, que el arte en su devenir histórico y accionado por los artistas fue dejando de lado lo sensorial, lo meramente figurativo, representativo y mimético, para convertirse, a través de una profundización del proceso de abstracción iniciado por las vanguardias de principios del siglo XX, en un signo a descifrar o una idea a descubrir. Este proceso que se desarrolla durante el siglo pasado ha hecho de los discursos artísticos y de sus prácticas un mar de manifestaciones que se pueden caracterizar a través de su ambigüedad.

La experiencia que ofrece el arte contemporáneo en su profunda ambigüedad, conceptual o no, tiene que ver con que el espectador logre disfrutar, es decir consiga placer producto de la experiencia estética, al encontrar sentidos en determinados objetos, por ejemplo, el sticker. Este placer ya no es sólo sensorial, porque el aspecto conceptual (interés, información, conocimiento) cobra relevancia llevando la experiencia a un plano teórico-sensorial. Uno de los impedimentos para considerar a la práctica del sticker artísticamente tiene que ver con ciertos prejuicios enquistados en el gran público del arte que tienen que ver con ideas heredadas de la modernidad y suponen que las manifestaciones artísticas deben estar regidas por categorías estables y vinculadas al placer sensorial.

Si bien el sticker conserva algunas de las categorías tradicionales del arte, como la figuración, rompe con muchas otras. Inclusive las del más reciente arte urbano -sobre todo en lo referido al tamaño, ya que normalmente el emplazamiento ciudad ofrece

obras de grandes dimensiones, o el lugar de ubicación, que no siempre es público o se encuentra a la vista- lo que lo convierte en una práctica paradójica ¿para qué instalar algo en un lugar donde será visto por poco público? El hacedor del sticker trae consigo la herencia del álbum de figuritas que hace de ellos un bien de intercambio entre pares y se relaciona estrechamente con el coleccionismo. Es como un guiño del que lo pega hacia la mirada del otro, una especie de señalamiento que espera su público.

Es importante no perder de vista que la ambigüedad del arte contemporáneo ha obligado a cierta especialización que se forja en base a lo que se considera de interés por ese público especializado. Las características del sticker suman a ese placer teórico-sensorial la cuestión azarosa de su emplazamiento, enmarcando las prácticas en la calle y abiertas a múltiples interpretaciones. La particularidad que tiene su formato artístico reside en que forma, materia y soporte son indisociables, pero no en el modo en que lo son materia y soporte en las prácticas tradicionales. Aquí, el soporte papel adhesivo, es ese y sólo ese; no es posible encontrar stickers sujetos a otra materialidad, en cambio, en la escultura, por ejemplo, el lenguaje es uno y la materialidad de la obra puede variar: esculturas de hierro, madera, resina, etc. El sticker innova en su formato trayendo al ámbito de lo artístico un soporte ligado a lo lúdico (el álbum de figuritas coleccionables de la niñez). Como venía diciendo, al no poder ser disociado, el objeto se convierte en su soporte y el soporte en el objeto, porque la idea de soporte que implica se diferencia del soporte como lugar de emplazamiento, como el lugar donde finalmente va a ser exhibido.

Indistintamente a la libertad que el productor de stickers tenga en su manejo de técnicas y posibilidades de realización, indefectiblemente son desarrollados mediante papeles adhesivos, destinados a ser pegados. Los métodos de composición se reducen a una serie de limitadas posibilidades, todas ellas enmarcadas en el campo de las producciones artísticas.

Más allá de su propia historia como objetos artísticos, heredan ciertas cualidades de la historia del arte, como por ejemplo, responder al lenguaje figurativo, a la parodia, a la tendencia a la simplificación de imágenes y a cierta iconografía que se repite en nuestro medio cotidiano y que no es ajena a una convención social. Algunos juegan con un lenguaje visual conocido por el receptor, apelando a ciertos íconos o logotipos

que representan situaciones del ámbito cotidiano y que entran en un lenguaje visual conocido para el receptor. Se pone en cuestión la historia iconográfica común que tenemos como sujetos sociales, por ejemplo, los carteles que identifican los géneros de los baños o la iconografía de la vía pública. El espectador no se siente frente a un sticker como frente a un objeto que le es completamente extraño, tiene herramientas conceptuales para entrar en aquello que los stickers proponen, ya que esas mismas formas se vieron innumerables veces.

El lugar de emplazamiento donde el sticker aparece siempre va a contramano o corre por los márgenes de lo que consideramos el mundo ordenado y conocido. Si bien no es algo completamente extraño a nuestra memoria visual, se presenta en lugares que sí lo son. El emplazamiento público del sticker socava el límite de lo permitido, tendiendo a desordenar lo que públicamente estaba ordenado. Este emplazamiento público del objeto convive con usos privados, haciendo del espacio de exhibición un lugar donde dialogan las intenciones y producciones privadas y las miradas de los transeúntes como un público supuesto.

La disponibilidad técnica, el abaratamiento de los medios de producción, la familiaridad y cotidianidad de las herramientas, la difusión y conocimiento propiciados por los medios de difusión -sobre todo la web- hacen que la producción de stickers artísticos sea accesible a un gran número de personas. En nuestra ciudad de La Plata, es un fenómeno incipiente que crece al ritmo de las restricciones legales hacia las acciones artísticas en el medio urbano.

Mientras los artistas del graffitis suelen firmar sus trabajos -o, mejor aún, la imagen en sí se convierte en sus firmas- los artistas que trabajan con pegatinas raramente identifican sus obras. Chiqui Bom Bom dice: "...Me resulta divertido cuando pongo el trabajo por toda la ciudad, y nadie sabe quién lo hizo. Mientras no haya firma, a la gente sólo le queda adivinar... "

Los seudónimos son una parte integral de la escena del arte urbano, donde la mayor parte del trabajo se está considerando ilegal. La identidad de los autores a menudo sigue siendo un misterio para alguien ajeno a la comunidad de artistas del sticker. Muchos artistas han desarrollado su propio estilo o creado un personaje, como una especie de firma, por ejemplo Falopapas, Chiqui Bom Bom, Tinta Cruel, la Wife o Zek,

entre muchos otros. A menudo los imágenes más reconocibles tienen un estilo gráfico en particular, y un concepto simple pero fuerte, como en el caso del colectivo Tu K.K & Pelu.S.A, Figurones Fluo o Valentino. Muchos se esfuerzan por conseguir el reconocimiento en la difusión de la suma de sus trabajos, apelando a una única estética o técnica de producción particular; pero otros deliberadamente tratan de evitar este enfoque. Mi obra *Habladurías*, antes mencionada, utiliza numerosas técnicas y formas de expresión para sorprender al transeúnte una y otra vez: murales de papel, afiches, stickers, postales.

A partir del año 2010 es cuando comienzan a evidenciarse en La Plata mayor cantidad de acciones con stickers, sobre todo en lugares. Paulatinamente se encontraron en la ciudad más exponentes de estas prácticas, pero aun es un fenómeno incipiente de pocos adeptos.

Es un hecho que está sucediendo, y si bien aumentan los ejemplos, artistas y locaciones, sólo el paso del tiempo podrá evidenciar si esta práctica se arraiga en las producciones de arte local o sólo queda como emergente de una época.

## **Anexo 1 / Relatos.**

### **Antecedentes artísticos en La Plata**

Como se ha mencionado, existen en la ciudad de La Plata antecedentes artísticos que tienen mucho en común con la práctica del sticker. Las acciones urbanas realizadas con stickers pueden compararse –teniendo en cuenta el cambio de escala- a las propuestas realizadas con papeles y destinadas a los muros y espacios de la ciudad. Aquí se presentan entrevistas a realizadores de tres experiencias distintas de pegatinas en la ciudad de La Plata: Tu K.K. & Pelu S.A., Figurones y Turkestán.

**Tu K.K. & Pelu S.A.** / por Gabriel Hamamé

**(JALOGÜIN95 -- acerca del primer Evento Grafica Urbana de Tu K.K. & Pelu S.A.)**

#### **¿Por qué eligió las calles como soporte para su obra / afiches?**

La elección de las calles, sus muros, su superficie, como soporte material de la obra en el tiempo de Tu K.K. & Pelu S.A. sucede casi naturalmente.

En los '90 tempranos, la gráfica se expande por los muros de la ciudad. Hay muchos paredones, persianas cerradas, columnas, árboles, paradas de transporte. Los afiches institucionales de fiestas, obras, propagandas de productos, encuentran su lugar en espacios normalizados, pero utilizan también espacios casuales como las empalizadas de obra, o muros abandonados. Allí es donde conviven con gráfica alternativa de recitales, encuentros, obras, que se adhieren a esas paredes, árboles, luminarias. Más adelante serán espacios monopolizados por la gráfica política.

La condición de espacio público, básicamente, la circulación de miles de personas diariamente que conviven con esa piel urbana que es la gráfica callejera.

La idea de medio masivo local, una alternativa de circulación de obra a la de muestra en sala, salón, museo, galería, bar, recinto...



Aprovechar un circuito gráfico ya establecido por prácticas propagandísticas y transformarlo en canal de una obra de arte.

Cuando intervengo en el espacio público urbano, intervengo en el cotidiano de miles de personas que recorren ese espacio y lo habitan. Intervengo en su desplazamiento cotidiano, en su camino al trabajo o a la psicóloga, su viaje en colectivo... la obra comienza a reenmarcarse por parabrisas, transeúntes, camiones, columnas, ventanas, diálogos, cosas permanentes e impermanentes, periodicidades e incidentes.

...y porque no hay que presentar carpeta.

### **¿Cual fue su primera intervención artística urbana?**

En el formato gráfico/urbano, el primer evento fue JALOGÜIN 95, si bien como colectivo veníamos trabajando desde 1993 como Tu K.K. &Pelú S.A., y unos años antes como Psico, Anal y Sable.

### **¿Cuándo la realizó?**

En Octubre de 1995 realizamos la producción, diseño, tallado e impresión de la obra que ingreso al circuito urbano la noche de Haloween o Samhain, o sea el 31 de Octubre AG.

### **¿Donde?**

Fue en la Ciudad de La Plata. La elaboramos en el taller de Tu K.K. &Pelú S.A.o Estudios Tu K. Kon, y el 31 por la noche salimos a emplazarla en un circuito que partiendo del mismo taller y sus muros, se extendió de diagonal 78, la Facultad de Bellas Artes, por el eje de Avenida 7 desde Plaza Rocha hasta la calle 47.

### **¿Cuál fue la temática de su propuesta?**

En el caso puntual de este primer evento, buscamos una fecha particular, un hito temporal, y este fue Samhain, año nuevo de las hechiceras, celebración del encuentro con la oscuridad para conocer la luz, y allí surge un entrecruzamiento entre lo formal, lo temático y lo conceptual.

El pleno negro, como el todo. El genocidio, los diagramas de protección, el ritual. Las imágenes, los símbolos que al ingresar en el circuito urbano ingresan en el “¿subconsciente colectivo? “.

### **¿Cuál fue el motivo para su primera intervención artística urbana?**

La necesidad de expresar en un espacio común. La necesidad de abrir nuevos circuitos y llevar un mensaje directo a nuestro entorno.

Celebrar ese samhain de una manera personal y local, no por tradición particular sino por acción directa y apropiación.

### **¿Qué medios utilizó para producir sus obras? ¿Cómo las realizó?**

La base de las series graficas urbanas fue la impresión xilográfica, la serialidad, una retórica de repetición y sustitución. El pegado en el muro o piso con engrudo de las estampas. Los primeros eventos fueron monocromos con tinta negra. Luego comenzamos a utilizar varias tintas, sobreimpresos, tintas especiales metalizadas o fluorescentes!

El procedimiento, si bien se fue perfeccionando o desarrollando, siguió siendo el de imprimir en xilografía y pegar en series de tacos madre (como los llamamos) sustituidos intermitentemente en su interior por imágenes creadas para dicho evento por los participantes, los “tacos personales”. A esto le anexamos impresos flyers, tarjetas, desplegados a modo de catálogo, troqueles para armar, visualizaciones, stickers, todo ello siempre apoyado en el formato básico de despliegue urbano.

En las últimas series documentadas, realizamos patrones diferentes, de acuerdo al formato de las matrices que fuimos generando...

Siempre autogestionado!

Detectábamos una fecha a puntuar, acordábamos los lineamientos y la base del taco madre, tallábamos, imprimíamos y pegábamos todo de manera colectiva.

La obra es el evento.

### **¿Qué particularidades del arte urbano son las que más le atraen y por qué?**

El contacto casual íntimo público con el otro.

La incidencia en lo cotidiano o algo así como una presencia interpuesta en el cotidiano del paisaje urbano.

Me gusta algo del tamaño, ya sea en la continuidad, muros o espacios grandes, así como en el impacto zonal.

Lo subliminal del universo simbólico urbano.

La derivé de Debord y su psicogeografía.

### **¿Cuándo realiza intervenciones artísticas urbanas, establece recorridos o trabaja al azar?**

Toda la primera secuencia fue desarrollada con recorridos, jugando en parte con el mapa tan particular de esta ciudad, en parte con el recorrido que fue forjándose en el suceder temporal de la obra. Luego lo llamaríamos artepuntura.

El recorrido temporal de la obra tiene su correlato en el recorrido espacial.

En principio fue el eje la avenida 7 como detalle en un punto anterior. La Plaza Moreno como centro geográfico de la ciudad. Luego se desplegó el eje de la Calle Avenida 51, desde el centro cultural Malvinas hasta el pasaje dardo rocha, desde allí también hacia la Plaza Rocha y el edificio de la Facultad de Bellas Artes. También intervenciones puntuales, recuerdo una muy hermosa sobre la avenida 52 o Iraola, la puerta del zoológico, en un Solsticio de verano.

En mi obra actual, si bien no hay recorridos prefijados tampoco creo que sea el azar el que adhiere una obra al muro. El acto de pegar implica decisión.

### **Alguna experiencia que quiera contar.**

¡El efecto del artepuntura lo veo multiplicado diariamente en los muros de mi ciudad!

.....  
**Figurones / por Francisco Ungaro**

**¿Qué son los figurones?**

Son un tipo de afiche o poster de formato grande o mediano, con forma irregular que remite a la forma de figuritas coleccionables troqueladas o también a la viñeta de historieta, están hechos a mano con pintura sobre papel.

**¿Qué medios utilizó para producir sus obras? ¿Cómo las realizó?**

Proyección de diapositivas, papel y pinturas acrílicas y en aerosol; mediante selección de parte de las imágenes proyectadas, se recrearon otras mutaciones y sentidos de las obras o personajes.

**¿Por qué eligió las calles como soporte para su obra?**

Por el tipo de obra (las características) y para que tenga difusión para el transeúnte: salir con la obra a encontrarse con el espectador, para ello se produjeron.

**¿Cuál fue su primera intervención artística urbana?**

Una rayuela creo... si no fue una casita en un árbol, no recuerdo el orden. O de grande el mural del Museo Provincial de Bellas Artes en 1996

**¿Cuándo la realizó?**

Año 1996

**¿Dónde?**

Fachada del Museo Provincial de Bellas Artes, La Plata.

**¿Cuál fue la temática de su propuesta?**

Las obras del museo en forma de figuritas troqueladas y algunas características del arte platense y la historia del arte.

**¿Qué particularidades del arte urbano son las que más le atraen y por qué?**

Que tenga impacto visual y que me haga pensar, si es bella mejor.

**Cuando realiza intervenciones artísticas urbanas ¿establece recorridos o trabaja al azar?**

A veces sí, otras al azar.

**Alguna experiencia que quiera contar**

Ahora no.

.....

**Turkestán / por Luis Maggiori**

**¿Por qué eligió las calles como soporte para su obra / Turkestán?**

Nos parecía que la calle era el ámbito más democrático que existía y, además, el que más visibilidad daba. Por lo demás, nuestro objetivo era hacer más popular el género, es decir, sacar a la poesía de esos recintos, casi sagrados, que son los cenáculos literarios (no necesariamente escribir una poesía popular, puesto que los gustos e intereses de cada uno de los integrantes diferían).

**¿Cuál fue su primera intervención artística urbana?**

Mi primera intervención artística urbana fue musical: me gané la vida tocando la guitarra bajo los pórticos de la ciudad de Bologna, Italia. Eso aconteció cuando tenía

19 años.

**¿Cuándo la realizó?**

Como dije antes, trabajé como músico callejero en el otoño/invierno de 1984.

**¿Dónde?**

En Italia

**¿Cuál fue la temática de su propuesta?**

Simplemente llevar un repertorio folklórico argentino al viejo continente. Además, lo aclaro: era mi medio de sustento.

**¿Cuál fue el motivo para su primera intervención artística urbana?**

Quisiera hablar de mi segunda intervención artística urbana, que fue teatral. En el año 1989 conocí a Gustavo Vallejos, quien era el director del Grupo Teatral Devenir. Este grupo, en su filosofía, era tributario del Teatro Odin, de Eugenio Barba. El inscribirnos en una corriente de teatro antropológico nos llevó a realizar distintas experiencias en espacios no convencionales. Fue en el año 1990 en que hicimos una cosa inédita hasta ese momento (al menos aquí, en la ciudad): intervenimos espacios públicos con una rutina que dejábamos librada a la improvisación. Ella consistía en realizar una representación que tomaba como objeto central a un actor que encarnaba al infectado de HIV y que era discriminado. Nos había contratado el Ministerio de Salud para concientizar a la gente. Entonces nosotros aparecíamos de improviso en la cola de un banco o en el hall de la estación de micros o en los pasillos de la facultad de Humanidades. Aparecíamos tanto maquillados como con máscaras; también usábamos zancos e instrumentos. La música la utilizábamos para llamar la atención y cuando la gente se detenía y se congregaba comenzábamos con la rutina. Debo decir que la gente se espantaba un poco cuando el infectado quería tomar contacto con alguien (le estiraba la mano o intentaba abrazarlo). Si bien la rutina no era agresiva en lo más mínimo, en una oportunidad la policía nos terminó echando del lugar (creo que fue en la cola del Banco Municipal). El vestuario lo pensábamos nosotros y lo llevábamos a cabo, un poco con la ayuda de Liliana (la actriz) y de una costurera que estaba cerca del barrio en donde teníamos el Teatro.

Quienes realizamos esta experiencia fuimos: Liliana Iglesias, Gustavo Vallejos, Jorge Demarco y yo.

**¿Qué medios utilizó para producir sus obras? ¿Cómo las realizó?**

**¿Qué particularidades del arte urbano son las que más le atraen y por qué?**

Me gustan mucho los murales pero confieso que tengo un particular interés por la palabra. Por eso el arte urbano que más me gusta es el graffiti. Recuerdo uno que me impactó y que no olvido: “La pereza es la madre de todos los vicios. Y como madre que es hay que respetarla a rajatablas” (Risas).

**Cuando realiza intervenciones artísticas urbanas ¿establece recorridos o trabaja al azar?**

En lo concerniente al proyecto Turkestán, debo decir que, como no teníamos mucho dinero para hacer cantidades y cantidades de afiches, el corpus con el que nos manejábamos era repartido estratégicamente en las calles principales de la ciudad: calles 7 y 8, y las plazas Italia y Dardo Rocha. Y en lo específico, además de pegar los poemas en las paredes, lo hacíamos, también, en las paradas de micros. Este era el mejor lugar, a nuestro entender, porque la gente dispone, mientras espera el micro, de unos minutos para leer.

Quiero resaltar que el grupo Turkestán lo formó Pablo Ohde y, aunque la formación inicial no duró mucho en el tiempo, los de la partida fuimos: Pablo, Nicolás Maldonado, Lautaro Ortiz, Adrián Ferrero, Emilio Rollié y yo. (A este sexteto se sumó otro muchacho, compañero nuestro en la carrera de Letras, de quien no recuerdo el nombre. Pido disculpas por este olvido). Esta experiencia se realizó a mediados de la década del '90.

### **Alguna experiencia que quiera contar**

Hace unos años (mi hijo mayor era chiquito) –entiendo que ya pasaron 10 años- me convocaron para una intervención en la Plaza del complejo Islas Malvinas. La misma consistió en llenar de flores de papel (gigantes) un sector del césped de la plaza. Lo que hacíamos los poetas era, simplemente, escribir en los pétalos un breve poema.

Otra que quiero recordar, y que tiene que ver con la experiencia Turkestán, está relacionada con el primer poema que publiqué en uno de los afiches que mencioné antes. El texto en cuestión se llama *Beso primero* y dice: “Toco las anheladas riberas/ de tu boca. / Ha concluido el naufragio.”

Sucedió que una amiga me fue a ver al día siguiente de la pegatina y me dijo: “Andá a calle 7 y mirá lo que pasó con tu poema”. Y no quiso decir más. Ya era la tardecita-noche, entonces agarré la bici y fui a calle 7. Entonces comprobé que este poema, que estaba pegado en el muro del Ministerio de Economía y en las distintas paradas de micros, que van de calle 45 a calle 53, estaba lleno de besos con rouge. Fue una muestra cabal de arte interactivo.

## Anexo 2 / Opiniones

Como he sostenido, el estatus artístico de una práctica es una categorización que proviene de un espacio extra objetual. Esa mirada conlleva un sesgo social y relacional, pues emana de la mirada del otro. Por ello, se transcribe aquí una selección de entrevistas que expresan las opiniones de algunos representantes de lo que creo forma parte del ámbito artístico y de formación en artes en la ciudad de La Plata, personas vinculadas a prácticas artísticas diversas, productores y docentes de arte, estudiantes en formación:

Selección de entrevistas:

Nombre: **Adriana Cora**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Artista visual

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

¿Por qué no?

Define una acción, presencia, tiene mensaje, estética, comunica, irrumpe y/o corta otra comunicación, mensaje, idea.

Tiene un concepto, y es un referente del tiempo que vivimos.

.....

Nombre: **Florencia Della Védova**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Artista Plástica. Profesora de fotografía y Pintura. Fotógrafa del PRIE/ Congreso de la Nación.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

¿Por qué no? me pregunto. ¿Cuál es el límite de lo que si se considera arte y lo que se excluye de tal definición?

Sin embargo considero que dentro del sticker también existen matices y para considerar a uno como Arte creo que debe ser realizado como medio de expresión que tienda a una búsqueda estética y conceptual, invitando a la mirada y a la reflexión.



.....  
Nombre: **Daniel Martín Duarte Loza**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Músico, compositor, artista indisciplinario .

Docente Investigador Facultad de Bellas Artes UNLP.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Considero que en el sticker, calcomanía o vinilo, late la posibilidad del arte. Su diseño, su producción y su exhibición/circulación pueden convertirse en prácticas del arte.

Pero, hay que decir también, que no todos los stickers son concebidos, producidos o puestos en circulación de manera artística.

.....  
Nombre: **Daniel Fiorda**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Director galería de arte, artista plástico, músico.

Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Porque nos libera de ser prisioneros del sentido visual genérico, descubriendo imágenes ocultas lugares inhóspitos en paisajes urbanos.

.....  
Nombre: **Graciela Galarza**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Docente de arte en nivel secundario y universitario.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Comprendo que el sticker es un elemento con una función cerrada en sí misma: una pegatina para la difusión /comunicación de algo. Ahora, la práctica de pegar stickers, en tanto genere espacios de intercambio y producción simbólica a quienes con intenciones artísticas lo practican se puede considerar arte urbano actual ya que combina tecnología en impresión, es imagen sistematizada, utiliza medios web para su comunicación, organización e intercambio. El arte fluye en este dispositivo también.

.....

Nombre: **Graciela Olio**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Artista visual. Docente.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Es un nuevo formato, género o soporte. Depende de lo que comunique, del discurso que construya será su consideración o no como práctica artística contemporánea.

.....

Nombre: **Mario Chierico**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Coordinador Sala Microespacio/ Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Pettorutti.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

¿Por qué no? ¿Por el soporte? Ya no existe más esa distinción entre materiales nobles o no. Da lo mismo mármol de carrara que tergo por. El medio es el mensaje. Porque desde los '70 artistas conceptuales vienen trabajando con soportes no convencionales desde paredes y vagones de subte hasta lo público, lo privado y lo efímero. Entonces, la pregunta no se la deberíamos hacer al sticker sino a la práctica del arte.

.....

Nombre: **Nidia kahan**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Trabajadora visual, psicóloga.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Si considero al sticker una obra que representa al arte y muestra algo que el artista desea expresar: es pequeño, casi siempre está a la vista responde a una temática y por otro lado está junto a nosotros el tiempo que el que lo posee quiere.

.....

Nombre: **Sonia Gómez**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Directora Isidoro espacio de Arte

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Por ser válido como medio de expresión /al igual que el graffiti/

Desde nuestro espacio, se realizó en el año 2009 una convocatoria de stick art donde, debido a la facilidad de envío de la obra, participaron personas de diferentes localidades.

Arte Stick se propuso intervenir el paisaje urbano, buscando trascender los espacios convencionales destinados al arte; intentando de esta forma, acercar el arte al espectador, irrumpiendo en su cotidianeidad y generando un diálogo entre éste y la obra.

El lugar propuesto para realizar la intervención fue la senda de la salud. Este es un espacio que recorre y acompaña el largo de la avenida Casey –Coronel Suarez-, destinado para realizar caminatas o diferentes actividades físicas. Día a día gran parte de la población transita por este camino.

He aquí el registro fotográfico:

[https://www.facebook.com/isidoro.espaciodearte/media\\_set?set=a.1152815777941.2024105.1154043234&type=3](https://www.facebook.com/isidoro.espaciodearte/media_set?set=a.1152815777941.2024105.1154043234&type=3)

.....

Nombre: **María Verónica Matos**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Docente en la Facultad de Bellas Artes, cátedra de Grabado y Arte Impreso. Docente de Educación Artística en Escuelas Secundarias de la provincia de Buenos Aires.

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Primero y principal porque el arte es libre y si la intención del artista es generar su obra en ese formato, es totalmente válido.

Cuando miro una obra, no me interesa el material o la herramienta en que fue elaborada sino lo que me produce a mí como espectador. Seguramente si alguien elige esta manera de expresarse tiene que ver con su intención, con una apertura más inestable con su obra ya que al realizarla como un sticker tendrá otra circulación y otra perdurabilidad.

El artista es generalmente una persona libre en su quehacer artístico, lo que importa es su pensamiento en sus producciones. Las clasificaciones en el arte no sirven, lo que importa es lo que se dice, por lo menos es mi humilde opinión.

.....

Nombre: **Virginia Chiodini**

Área de desempeño y/o trabajo actual: Profesora de Artes Plásticas

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

El sticker es un soporte, un medio, puede o no ser artístico. El recurso sticker asociado al afiche, puede, como éste ser utilizado para diversos fines, entre ellos el artístico.

.....

Nombre: **Camila**

Área de estudio: Artes Plásticas / Orientación Escenografía

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte?

Sí, siempre y cuando tenga una intención artística. Para mí el arte es fundamentalmente un medio de expresión, por lo tanto comunica, transmite, "habla" en su propio lenguaje. Existen infinidad de medios para hacerlo, las disciplinas tradicionales se han ido combinando y complejizando a tal punto que actualmente es muy difícil clasificar la producción artística actual. Por lo tanto no me parece mal considerar al sticker una práctica artística.

.....

Nombre: **Magalí**

Área de estudio: Plástica

¿Puede ser considerado un sticker una práctica del arte? Sí

¿Por qué?:

Aunque no tengo mucho conocimiento sobre este tema creo que los sticker son una práctica de expresión creativa contemporánea.

Son una práctica de arte ya que existe un proceso de planificación y creación de una obra que se desea que llegue a un amplio público de manera económica y rápida.

Expresan algo que se quiere transmitir a los demás , donde el artista debe investigar sobre el tema, realizar bocetos y figuras hasta llegar a un diseño complejo, producir, crear y lograr que el mensaje impacte visualmente a otros utilizando diferentes técnicas y materiales ...

Creo que cualquier práctica que conlleve un proceso creativo debe ser considerada una práctica de arte.

.....

Nombre: **Mariela Rattin**

Área de estudio: Licenciatura en Artes Plásticas

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

Porque es una forma singular de expresión, ahí se capta de manera rápida una información, ya sea desde la misma imagen, o desde lo que realmente contiene. Particularmente considero a los stickers como una porción de un trabajo previo, se necesita de mucha precisión para decidir qué lo llevará a cabo, desde su temática, hasta tamaño e imagen... para que funcione como tal, se debe utilizar determinado lenguaje para que fluya y se reconozca rápidamente en el ambiente, y de manera espontánea... es una manera rápida y eficaz de reproducción, se puede realizar de manera independiente o grupal... y se puede obtener mediante variados sistemas de impresión...

Los stickers SON una práctica del arte, por el desarrollo que les es necesario, desde la temática, hasta el lenguaje, y reproducción, sea un trabajo de mayor o menor extensión, sin embargo están pensados para ser masivos, por su forma de practicar la repetición (las leyes de la Gestalt, por ejemplo), y además cómo quedan en la mente de uno al verlos, los encontramos en todos lados, colectivos, baños, lugares públicos privados, timbres de edificios, celulares, arboles, rejas, etc.

En definitiva, a grandes rasgos, toda práctica que contenga un previo estudio e investigación, que luego se aplique a una forma de expresión artística, tal sea física o digital, con un lenguaje y temática específico, y sea pensado para un público en general, o un público seleccionado, y sea producido y/o reproducido por sistemas convencionales o no, sea funcional o sólo para llevar en la mente, y aparece en cualquier parte de las ciudades, es una forma de arte. :)

.....

Nombre: **María José Pérez**

Área de estudio: Licenciatura en Plástica/Orientación Pintura

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

Porque recrea la realidad o un sentimiento con una finalidad estética.

.....  
Nombre: **Victoria Gómez**

Área de estudio: Artes Plásticas / Orientación Escenografía

¿Puede ser considerado el sticker una práctica del arte? Si

¿Por qué?:

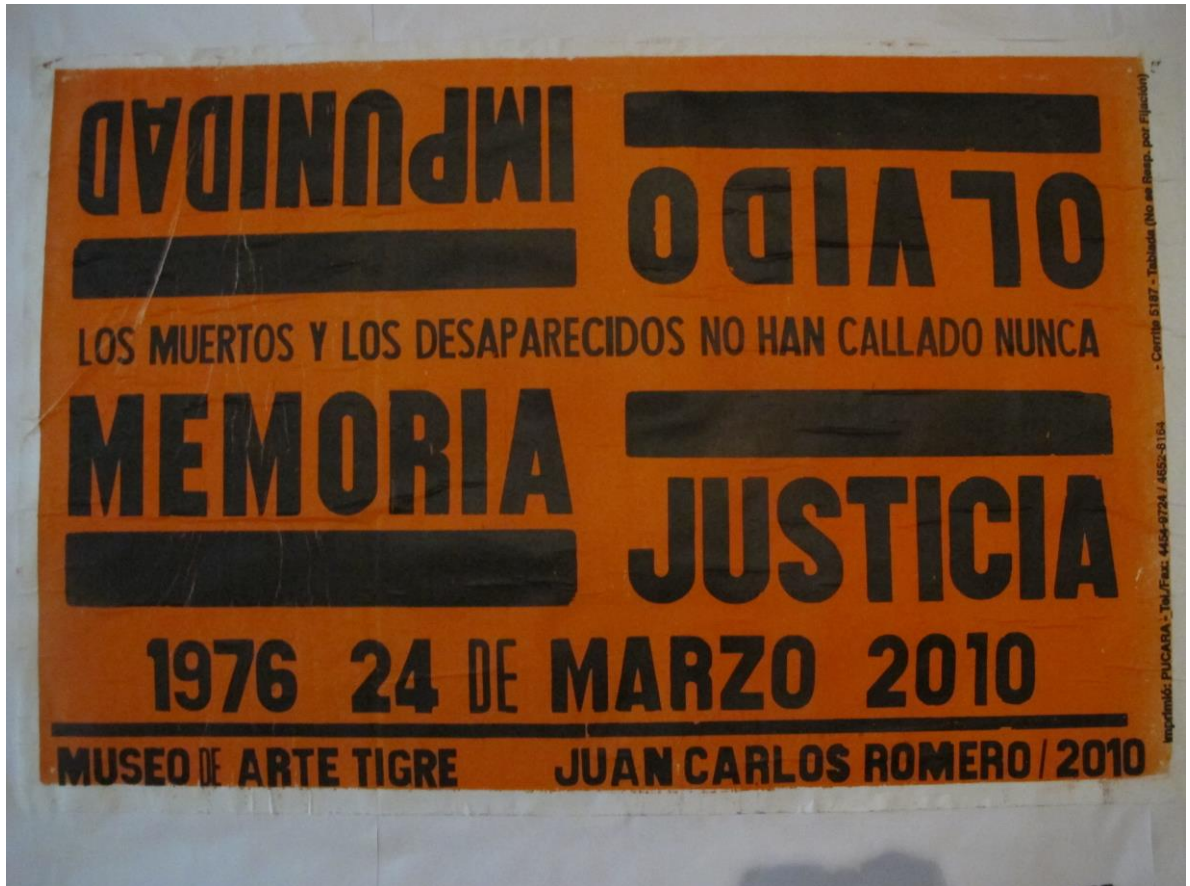
Personalmente, considero que el arte es todo aquello a lo que uno le dé sentido alguno.

Creo que el sticker puede ser considerado arte ya que ese soporte, en este caso autoadhesivo, tiene una intervención específica por alguien que quiso comunicar algo. Por un lado, los stickers pueden estar relacionados con un ámbito más industrial o comercial dependiendo que contengan. Pero, por el otro lado, si esa calcomanía arrastra un contenido o soporta una ilustración, fotografía o diseño, lo considero arte. Reflexiono a partir de esta cuestión, si los cuadros de maestros del arte hubiesen sido plasmados en este tipo de soporte. Lo importante en este tipo de análisis es que el arte puede expresarse en infinitos dispositivos.

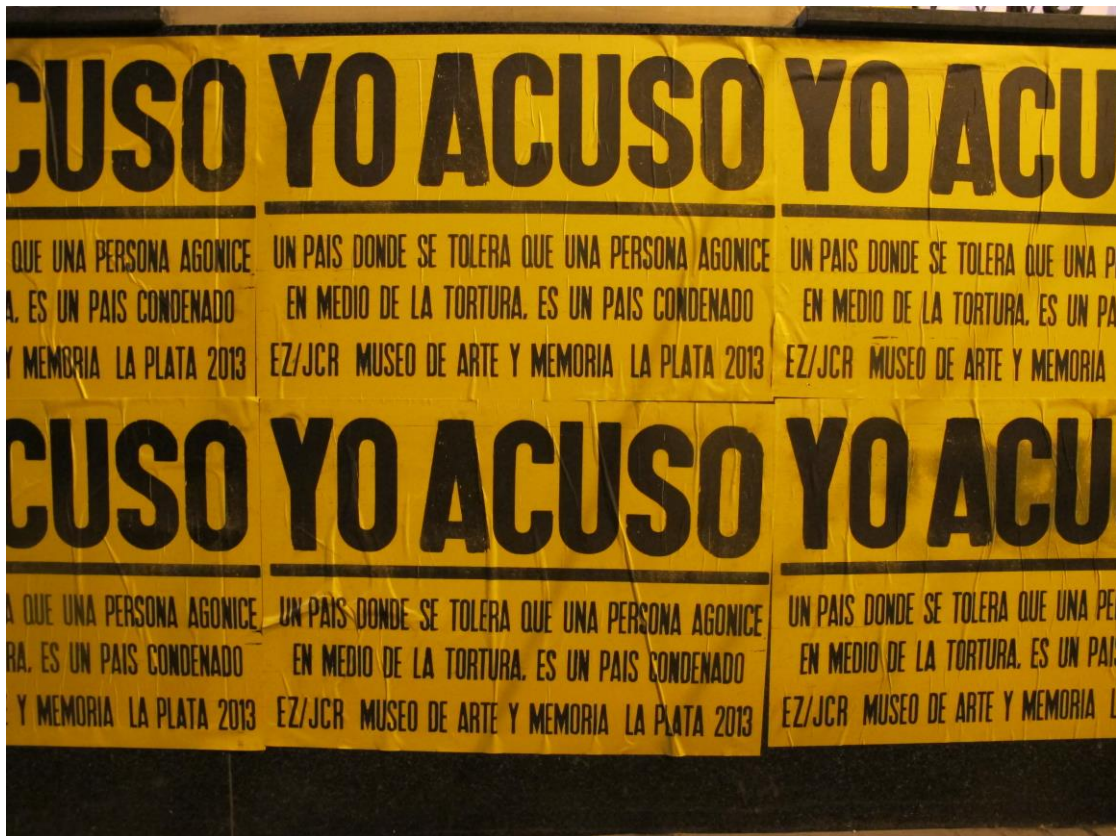
Anexo 3.

Selección de imágenes / Antecedentes generales.

Juan Carlos Romero







Fachada, Museo de Arte y Memoria (para la exposición *Itinerarios*. La Plata, 2013)



Intervención, fachada del Museo Provincial de Bellas Artes Emilio Pettoruti, realizada luego de la suspensión de su muestra *VIOLENCIA*. La Plata, 2013.



Obra del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía exhibida en la Fundación Cartier. Instalación *VIOLENCIA*. 2011.



Tu K.K & Pelu S.A

Jalogüin, 1995 / 1996



Jalogüin 95. Maqueta, libro *Retrospectiva Primer Ciclo*.



Pegatina, fachada de la Facultad de Bellas Artes. (En la foto: Carola, Fabio Oliveto, Alejandra Cortese y Gabriel Hamamé,)



Pegatina, *Jalogün*, 1996.



Figurones  
Año 2009. La Plata.





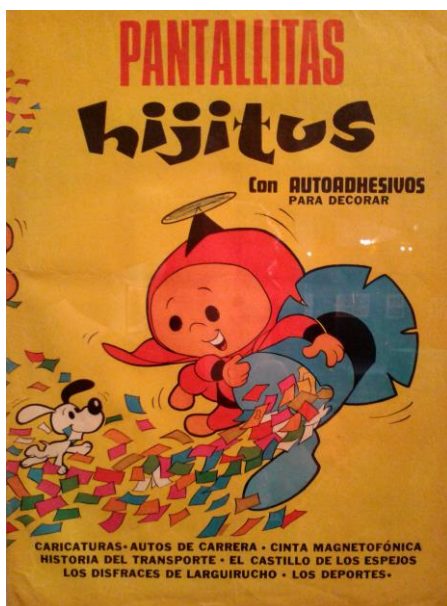


Antecedentes específicos.

Figuritas

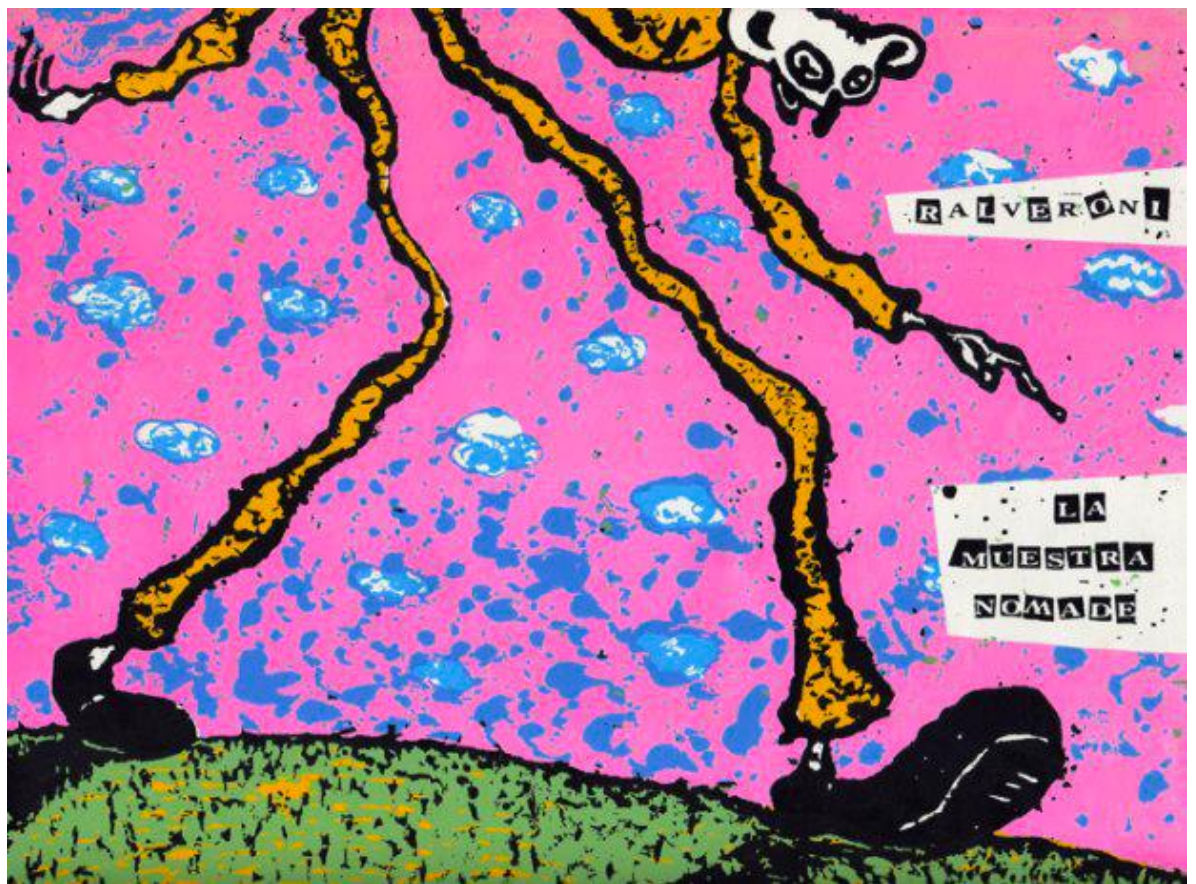


Cómicas, 1969.



Pantallitas Hijitos, 1971

Ral Veroni



Portada del álbum



Álbum desplegado





Stickers

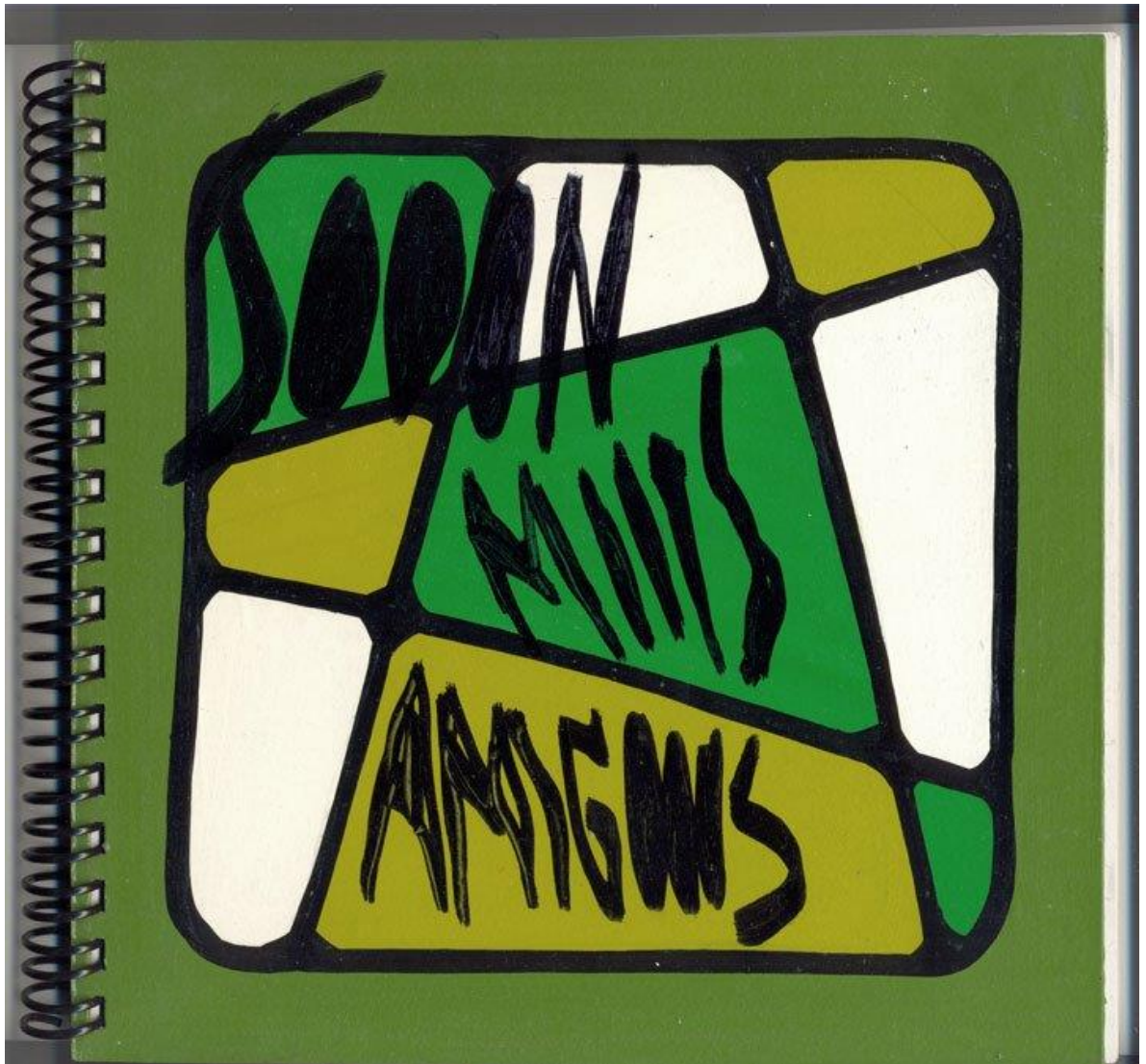


*Bienvenidos al Circo*, "prótesis anatómicas gráficas". El proyecto fue comenzado durante las elecciones de Septiembre de 1991 y reiniciada con cada campaña electoral hasta el año 1995 en Buenos Aires. Las fotos aquí reproducidas fueron tomadas de la página personal de Ral Veroni, allí presentadas por gentileza de Gregorio Cramer y Matías Oks.

Producción actual de stickers.

Álbum de Valentino Tettamanti: **Soonmiisamigooos**

Pueden verse sus trabajos en [cargocollective.com/valentinotettamanti](http://cargocollective.com/valentinotettamanti)







**FIGURONES**  
www.figublog.blogspot.com

**Advierte:**  
más de tres sacudidas es paja...



[www.soundcloud.com/pendientesubir](http://www.soundcloud.com/pendientesubir)



[candelo.com.ar](http://candelo.com.ar)

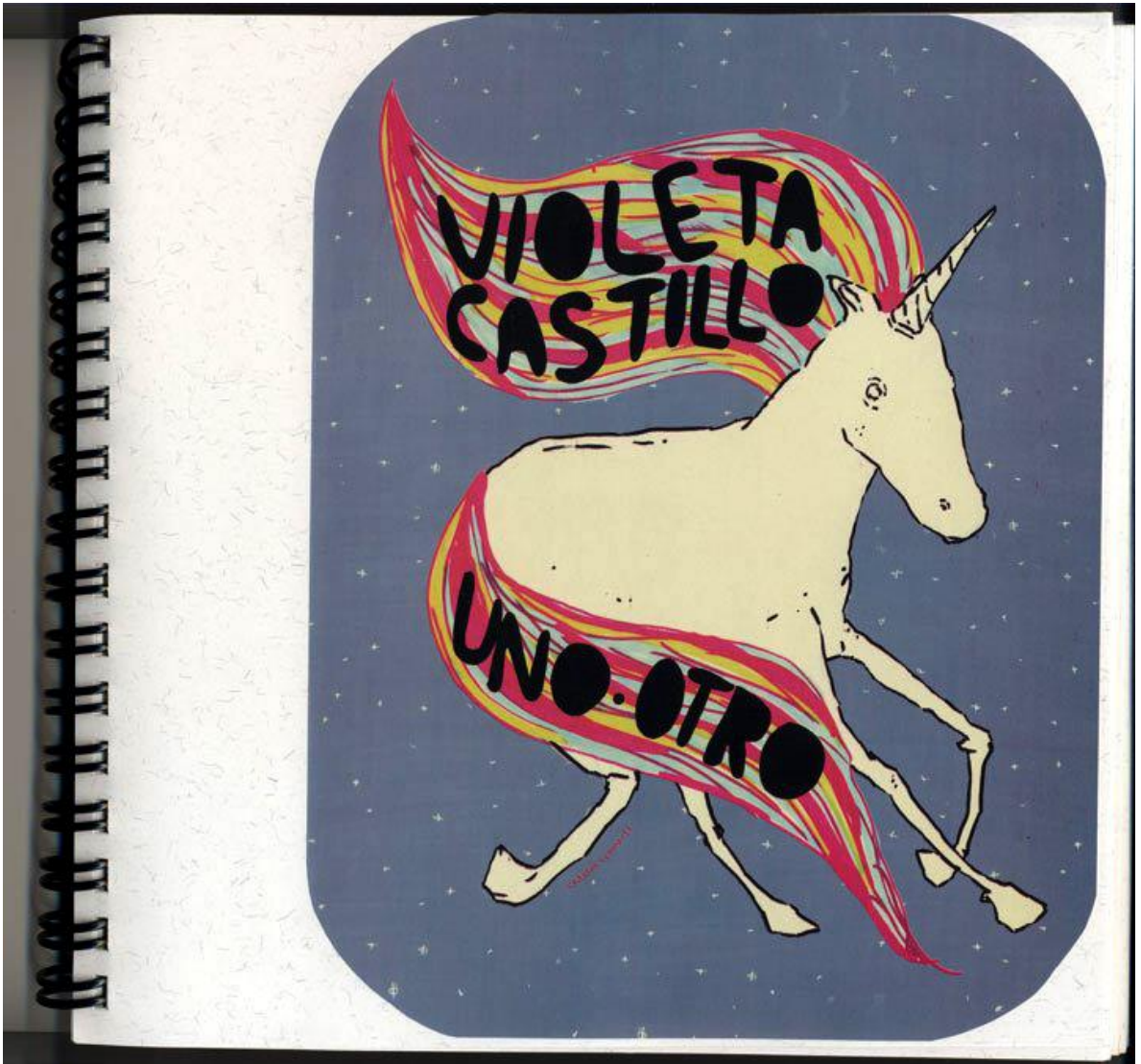




Acampante sacó un libro de chistes buenisimos, si te enroscas lo encuentras.  
[www.miacampante.com](http://www.miacampante.com)  
[www.atypica.com.ar](http://www.atypica.com.ar)







Valentino.







Figurones fluo.







Wife.



Falopapapas.







Tinta Cruel.





Anónimos.















rö



Relevamientos en otras ciudades.



Junín (provincia de Buenos Aires).





Miami



Sao Paulo





Bogotá



## **Stickers / disponibles en versión impresa**

Nahuel Torras: ploters sobre vinilo adhesivo troquelados

Carlos Servat: impresión láser sobre vinilo adhesivo

Tinta Cruel: tinta china sobre papel adhesivo

rö barragán: ploters sobre vinilo adhesivo troquelados

## **Bibliografía.**

Agamben, G. (2005) *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo ediciones.

Agüero, R.; Bocquel, A.; Diéguez C. (2014) *La calle como soporte: prácticas gráficas contemporáneas en cruce con otras manifestaciones en el entorno urbano. Cuadernos de investigación*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Instituto Universitario Nacional del Arte.

Aliaga, Juan V. (2012) *Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina*. Madrid. Edición Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Alonso, R. *El afiche artístico en el espacio público*.  
(Ver: <http://www.roalonso.net/>)

Asensio, P. (2009) *Sticker Stack. Barcelona*. Barcelona: MaoMao Publications.

Barnicoat, J. (1972) *Los carteles. Su historia y su lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Bianki. (2006) *Papeles fútiles*. Buenos Aires: Pequeño Editor.

Branda, M. (2012) *Ciudad de La Plata. Imagen urbana: comunicación visual urbana*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

Benjamin, W. (1989) *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Ed. Taurus.

(2007) *Conceptos de filosofía de la historia*. "La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica" La Plata: Ed. Caronte Filosofía.

Brea, J. L. (2002) *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Editorial CASA.

*Bogotá Street art. Calle esos ojos*. (2012) Bogotá: Publicado por Toxiccómano, Lesivo, Guache y Dj Lu.

Combs, D.; Combs, H. (2008) *PEEL. The art of the sticker*. New York: Mark Batty Publisher.

Danto, A. (2004) *La transfiguración del lugar común: una filosofía del arte*. Buenos Aires: Paidós.

Deitch, J.; D'Ambrosio, A. (2011) *MAYDAY: The art of Shepard Fairey*. Berkeley: Published by Gingko Press in association with Obey Giant.

Dewey J. (2008) *El arte como experiencia*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Dobleg, G.; Indij, G. (2011) *Buenos Aires Street art*. Buenos Aires: La marca editora.

Emmerling, L. (2003) *Basquiat*. Madrid: Taschen.

Gubern, R. (1992) *La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Indij, G. (2005). *Hasta la victoria, stencil!* Buenos Aires. La marca editora. Colección registro gráfico.

(2011). *Gráfica política de izquierdas*. Buenos Aires. La marca editora.

Colección registro gráfico.

Jacob, Kai. (2012) *Street art in Berlín*. Berlín: Jaron Verlag

Jauss, H. R. (1986) *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. Madrid: Taurus.

Jiménez J. (1998) *Más allá de la contemplación estética* J. Jiménez (ed.) Madrid.

Kant, Immanuel. *Critica a la facultad de jugar* (1790). (Traducción Pablo Oyarzun). Ed Alianza. Madrid: El Nuevo espectador. Visor.

Kawachi, T. (1997) *King for a decade. Jean-Michel Basquiat*. Kyoto: Korinsha Press.

Kozak, C. (2004) *Contra la pared. Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas*. Buenos Aires: Libros del Rojas.

MacNaughton, A. (2006) *London Street Art*. Munich: Prestel Verlag.

Martín, L. (2009) *Textura. Valencia street art*. New York: Mark Batty Publisher.

Minguet, J. M. (2007) *Street art Stickers!* Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones.

(2009) *Ultimate Street art. A celebration of graffiti and urban art*. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones.

Olivera, E. (2013) *Cuestiones de arte contemporáneo. Hacia un nuevo espectador del S. XXI*. Buenos Aires: Emecé.

(2007) *Estética, la cuestión del arte*. Buenos Aires: Emecé.

(2013) *La metáfora en el arte. Retórica y filosofía de la imagen*. Buenos Aires: Emecé.

Ral Veroni. (2003). *Lucha por la vida*. Buenos Aires. Pequeño editor.

Riva, A. (2007) *Street Art Sweet Art. Dalla cultura hip hop alla generzzione pop up*. Milano: Skiraeditore.

Romero H. (2012) *Juan Carlos Romero Tipo Gráfico*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Arte-blogarte.

Romero, J.C.; Davis, F. y Longoni, A. (2010) *Romero*. Buenos Aires. Colección Conceptual. Fundación Espigas.

Rueda, M de los Ángeles (coord.) (2003) *Arte y Utopía. La ciudad desde las artes visuales*. Buenos Aires: Asunto Impreso Ediciones.

Sacco, G. (2004) *Graciela Sacco. Sombras del Sur y del Norte*. Buenos Aires. Ediciones del Museo de Arte Moderno.

Sacco, G; Mellado, J. (2009) *Graciela Sacco M<sup>2</sup>*. Rosario. Ediciones Castagnino / Macro.

Santamaría, M. (comp.) (2015) Índice de señalamientos de Edgardo – A. Vigo. Centro de arte experimental Vigo. (Ver en: [www.caev.com.ar](http://www.caev.com.ar))

Seno, E. (2010) *Trespass. Historia del arte urbano no oficial*. Colonia. Taschen.

Stahl, J. (2009) *Street art*. Colonia: Tandem Verlag GmbH.

Studio Rarekwai. (2008) *Stickerbomb*. London: Laurence King Publishing Ltd.

Studio Rarekwai. (2010) *Stickerbomb 2*. London: Laurence King Publishing Ltd.

Srur E. (2012) *Manual de intervenção urbana*. Sao Paulo. Bei Comunicação.

Vattimo, G. (1990) *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.

Walde, C. (2007) *Sticker city. Paper graffiti art*. New York. Thames & Hudson.

Zimmermann, S. (2005) *Berlin Street Art*. Berlín: Prestel Verlag.