

El afiche es. Una aproximación desde la noción de dispositivo

Daniela Belén Leoni y Paola Sabrina Belén

Arte e Investigación (N.º 16), e042, noviembre 2019. ISSN 2469-1488

<https://doi.org/10.24215/24691488e042>

<http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/aei>

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata

La Plata. Buenos Aires. Argentina

EL AFICHE ES

Una aproximación desde la noción de
dispositivo

THE POSTER IS

An approximation from the idea of device

DANIELA BELÉN LEONI

leonidaniela@hotmail.com

PAOLA SABRINA BELÉN

pbelen81@hotmail.com

Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y Latinoamericano.
Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Recibido 17/5/2019 | Aceptado 6/9/2019

Resumen

En el siguiente artículo nos proponemos indagar en las particularidades del afiche artístico desde el abordaje de sus múltiples dimensiones como dispositivo de visualización. Analizar las características espaciales, temporales, relacionales y semióticas del afiche nos permite esbozar respuestas al interrogante en torno al valor artístico de tales producciones gráficas. Se considerará, entonces, el caso de la obra *La vida es* (2018), del colectivo platense Ilusión Gráfica, presentada en la muestra *Un museo como una novela eterna* que se desarrolló en el Centro de Arte de la UNLP durante junio y julio de 2018.

Palabras clave

Afiche, pegatina, dispositivo

Abstract

In this paper we intend to explore the singularities of the artistic poster from an approach at its multiple dimensions as a visualization device. Analyzing the spatial, temporal, relational and semiotic characteristics of the poster allow us to feature answers to the question concerning the artistic value of these graphic productions. Then, we will consider the case of *La vida es* (2018) by Ilusión Gráfica, an art collective from La Plata, presented at the exhibition "A museum as an eternal novel" that took place at the UNLP Art Center, during June and July 2018.

Keywords

Poster; sticker; device



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

El 22 de junio del 2018 se inauguró en una de las salas del Centro de Arte UNLP la muestra colectiva *Un museo como novela eterna*, exposición que reunió artistas-escriutores y producciones que poseían una doble inscripción, visual y literaria (Ferreiro, 2018). Entre tales obras, se encontraba una pegatina compuesta por un afiche tipográfico llevado a cabo por la imprenta platense Ilusión Gráfica en colaboración con Julieta de Marziani, en el cual se leía el texto: «La vida es». Si bien en esta ocasión, la obra tuvo lugar al interior del edificio del Centro de Arte, los integrantes del colectivo artístico Ilusión Gráfica, Rosana Barragán y Lucas Fiorucci, han realizado múltiples intervenciones en el espacio público que cuentan con la presencia del mencionado afiche, ya sea en pegatinas, donde este se constituye como módulo de una secuencia, o como integrante de una composición de varias producciones gráficas.

Asimismo, cabe acotar que, como imprenta, Ilusión Gráfica utiliza la técnica de tipos móviles en la confección de afiches que no surgen a raíz de una intencionalidad o finalidad artística —si bien los mismos poseen un innegable valor estético—, sino que responden a otros fines, sean comerciales, publicitarios o propagandísticos. Ahora bien, si tanto para la producción de la obra *La vida es* como para la elaboración de las publicidades de eventos, Ilusión Gráfica utiliza el mismo medio —el afiche, heredero del cartel moderno— y adopta la misma técnica —impresión por tipos móviles—, ¿qué es lo que le otorga al primero su valor artístico, en especial en aquellas instancias en que aparecen las diferentes clases de afiches conviviendo, interactuando e integrándose en el espacio público urbano? Este trabajo buscará dar respuesta a tal interrogante a partir del abordaje del afiche como un dispositivo artístico de visualización y del análisis de sus múltiples dimensiones y particularidades.¹

Aproximarse a tal noción supone emprender un recorrido por escritos de diferentes índoles y acercarse a aportes de distintos autores con el fin de trazar posibles vías que articulen una idea conjunta y facetada de dispositivo artístico. Jean Pierre Meunier (1999) parte desde una perspectiva enciclopédica para desentramar los nudos y las relaciones que conforman la red de sentidos interrelacionados en torno a este concepto. Señala, por un lado, una acepción vinculada a la técnica —conjunto de piezas, mecanismo, aparato— y, por otro, una idea que, tras un proceso de abstracción de las implicancias del sentido anterior, deviene en un término que apela a un ordenamiento y a una articulación de medios en función de un fin. Tal aspecto confluye con lo que Federico Buján y Patricia Silvana San Martín (2013) consideran como la dimensión técnica del dispositivo, entendida como un «conjunto de técnicas constructivas que comportan una materialidad y una configuración particular» (p. 71). Asimismo estas instancias se enlazan con la primera definición que Jacques Aumont (1990) esboza sobre dicho elemento, entendido como un conjunto de

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

determinaciones materiales y organizacionales que engloba e influye la relación que se establece entre imagen y espectador. De este modo, es posible vislumbrar la noción de dispositivo artístico, a la luz de aquellos dominios que refieren a su ordenamiento, como una entidad compleja que, a su interior, conlleva cierta configuración material y semiótica, enmarcada en un tiempo y en un espacio determinado.

No obstante, es preciso considerar estas facetas integradas de manera inherente e indisoluble a la dimensión social, concibiendo al dispositivo no como algo que se sitúa entre los sujetos, o entre la imagen y el espectador, sino como aquello que, a la vez que es fundado por medio de las interacciones sociales, contiene y envuelve dichos intercambios. En efecto, en un movimiento circular y centrípeto, «los hombres, a través de sus relaciones de comunicación, construyen dispositivos de comunicación a través de los cuales se estructuran sus relaciones de comunicación» (Meunier, 1999, s. p.). De este modo, se monta una estructura en donde las diferentes entidades nunca se emplazan de manera aislada, sino que «se encajan, por el contrario, los unos en los otros constituyendo una vasta red en el interior de la cual se está siempre situado» (Meunier, 1999, s. p.). Un dispositivo se configura, entonces, como el «lugar en que operan los intercambios discursivos y donde se torna posible el emplazamiento social de los discursos» (Buján & San Martín, 2013, p. 71). Así, la representación de los dispositivos como «máquinas para hacer ver y hacer hablar» que Gilles Deleuze (1990, p. 155) desarrolló a propósito de los enunciados de Michel Foucault, es propicia para entender cómo los dominios de esta noción se extienden más allá de la regulación de las condiciones espacio-temporales del encuentro entre la imagen y el espectador (Aumont, 1990). Por lo tanto, su descripción como ordenamiento material, espacial y temporal con una finalidad moderadora supone también una dimensión relacional, una cierta forma de vincularse con el mundo que se construye desde las relaciones intersubjetivas, así como una dimensión semiótica, «cuya función es no rendir cuenta sino elaborar un sentido de lo real» (Meunier, 1999, s. p.).

Abordar el afiche como un dispositivo artístico de visualización, entonces, no solo implica un análisis de sus particularidades materiales, sino que comporta la premisa de indagar en los modos en que su discurso se inscribe en las prácticas sociales y construye sentido. En tal caso, el estudio de la producción de Ilusión Gráfica presume atender tanto la singularidad de cada dimensión como la correspondencia y cohesión conciliada entre las mismas.

En la exposición celebrada en el Centro de Arte UNLP, la pegatina se llevó a cabo en el interior del edificio, donde se dispusieron los afiches alineados de forma horizontal y continua sobre un muro externo, paralelo a la sala de exhibición. De este modo, la obra podía ser observada tanto a través de la pared vidriada del espacio donde se hallaban las demás producciones como desde el pasillo que comunicaba la muestra con otras salas del Centro de Arte [Figura 1].

puede atribuirle a la imagen, valor que aparece como aspecto cuasi irrefutable debido en gran medida al espacio espectadorial donde se desarrolla el encuentro con la obra (Aumont, 1990). Dicho espacio funciona a la manera de un macrodispositivo que, con sus propias regulaciones y prácticas, comprende al dispositivo artístico de visualización (Meunier, 1999). Al contrario, en aquellas experiencias que no se sitúan en una institución artística sino que tienen lugar en la vía pública, el espacio espectadorial, así como el macrodispositivo donde se inserta, no incide de forma particular en la determinación del valor artístico del afiche, sino que es la reunión y articulación de todas las facetas del dispositivo lo que le confiere a la pegatina su entidad como obra.



Figura 2. Registro de una intervención de Ilusión Gráfica en la fachada de la Facultad de Bellas Artes, UNLP (2017). Fotografía de Ilusión Gráfica

Entrelazadas de modo indivisible con las particularidades propias de la dimensión espacial se hallan las características que hacen a la dimensión temporal del afiche, propiedades posibles de abordar a partir del análisis del modo en que se compuso la pegatina presentada en la muestra *Un museo como novela eterna*. Como se mencionó

anteriormente, la confección de una secuencia lineal y horizontal de una serie de varias copias de *La vida es rememora* y emula la manera en que los afiches, sean publicitarios, propagandísticos o artísticos, se colocan adheridos a las superficies de las fachadas de grandes edificios urbanos. La práctica de conformar grandes bloques de mensajes a partir de la repetición de una misma producción gráfica da lugar a una lectura de esta como un todo uniforme, que existe a partir de módulos que se unen y se solapan para habitar de manera furtiva y fugaz los muros de la ciudad. En el espacio público tal procedimiento de montaje funciona, por un lado, como un recurso para capturar la mirada de los potenciales espectadores, recurso que también se relaciona con la dimensión espacial del dispositivo y la posibilidad de multiplicar el tamaño del espacio plástico del afiche para competir con otras manifestaciones visuales urbanas. Por otro lado, actúa como una estrategia para lograr una certera y efectiva comunicación en el tiempo limitado de aprehensión de los mensajes que supone un espacio de movimiento y dispersión constante como la calle.

Diferente es lo que sucede con la pegatina emplazada dentro del Centro de Arte en el marco de una exposición. De manera similar a lo analizado en cuanto a los aspectos espaciales, los condicionamientos que hacen de la observación de las producciones gráficas en la vía pública una experiencia veloz e inmediata, acaecida durante la marcha y ocasionalmente interrumpida, no se reproducen al interior de la institución artística. Al contrario, el tiempo espectacular dentro del Centro de Arte se caracteriza por ser una instancia que habilita la prolongación de la experiencia de aprehensión de la imagen en tanto queda en el espectador la decisión de permanecer el tiempo que desee frente a la pegatina, sin estorbos, intermisiones o alteraciones de la materialidad de la obra. Asimismo un espectador que toma contacto con la producción de *Ilusión Gráfica* en el espacio urbano no predispone su mirada para recorrer de forma atenta y minuciosa los afiches en una pegatina como puede hacerlo un espectador dentro del Centro de Arte, sino que alterna su visión entre los diferentes estímulos, realizando recorridos arbitrarios entre la multiplicidad de imágenes, en una lectura ágil y global.

Cabe destacar que la dimensión temporal del dispositivo no considera únicamente las modalidades del tiempo espectacular, sino que comprende también el tiempo propio de la imagen. En este sentido, es necesario traer a cuenta que, en el espacio urbano, las grandes pegatinas confeccionadas a partir del mismo afiche garantizan, a su vez, una mayor perdurabilidad de la imagen en un escenario expuesto a numerosos agentes ambientales de desgaste y deterioro, así como abierto y propenso a la intervención de terceros. Todos estos factores modifican las propiedades materiales del afiche y ocasionan la mutación o pérdida de su configuración plástica inicial. Así, si bien una composición de afiches no se corresponde con la categoría de imagen temporalizada esbozada por Aumont (1990) el tiempo que una pegatina emplazada en la fachada de un edificio se mantiene idéntica a sí misma, sin transformaciones perceptibles para el ojo del espectador, es nimio, o al menos su duración sin alteraciones es impredecible. En cambio, en el caso de la obra emplazada en el Centro de Arte, la existencia de la imagen en el tiempo se encuentra avalada por las condiciones del espacio en el cual se exhibe, que busca suprimir las variaciones en la

construcción material y asegurar que la pegatina conserve su orden e integridad original. De este modo, los aspectos temporales del dispositivo, inseparables de la dimensión espacial, contemplan las diferentes conjugaciones entre el tiempo espectacular y el tiempo de la pegatina, que se producen, con sus especificidades, tanto en el contexto de la exhibición *Un museo como novela eterna* como en las experiencias en el espacio urbano.

Cabría preguntar, en este punto del análisis, por qué para la exposición se realizó un montaje de los afiches como un todo uniforme, como una unidad configurada a partir de la reproducción de la misma pieza gráfica, si las particularidades espacio-temporales que caracterizan la instancia de recepción usual de tales obras no se replicaron dentro del Centro de Arte. Es decir, ¿por qué realizar una pegatina en el interior del edificio, si su ordenamiento plástico responde a ciertos factores espaciales y temporales, ajenos y diferentes a las condiciones del espacio cerrado de una institución artística?

La respuesta a tales interrogantes yace en la concepción del afiche como una entidad densa y compleja que, además de comportar una determinación material, posee una dimensión relacional y semiótica propia como dispositivo de visualización. En efecto, el montaje de los afiches bajo la forma de una pegatina en una de las paredes de la sala de exposición apela a un saber supuesto del espectador en torno al modo de empleo de la imagen en tanto objeto socializado, convencionalizado y codificado (Aumont, 1990), que va más allá de lo singular de su emplazamiento y de su temporalidad. La realización de pegatinas, de esta forma, se plantea como actividad reconocida e inscripta en el seno de la dimensión relacional del dispositivo afiche y se constituye como una práctica social que funda una manera específica de vincularse con el mundo en consonancia con los intercambios discursivos y las relaciones intersubjetivas que la configuraron.

En este sentido, es preciso advertir el nexo que se estableció desde el origen del afiche —enfundado bajo la denominación de cartel moderno— entre su potencialidad como medio de comunicación y los intereses políticos y económicos de los sectores dominantes de la sociedad. Si bien décadas de transformaciones sociales y tecnológicas separan al cartel europeo de fines del siglo XIX del afiche contemporáneo, su devenir histórico estrechamente asociado a los avatares del capitalismo industrial, así como su habitual empleo con fines publicitarios y propagandísticos, son aspectos que también forman parte de la dimensión social y relacional del dispositivo, en tanto saber que incide en el modo en que los espectadores se aproximan a la imagen. Así, la pegatina de afiches, esté emplazada en el espacio urbano o dentro de una institución, es entendida como una práctica social que hizo y hace posible tanto la transmisión y la divulgación de ciertos discursos como la construcción de sentidos. Es en esta instancia, llegado el análisis a la dimensión semiótica del dispositivo de visualización, que la respuesta en torno al valor artístico de la producción de Ilusión Gráfica comienza a esbozarse.

El afiche como medio y la impresión por tipos móviles como técnica se hallan enlazados, en la dimensión social del dispositivo, a una forma de comunicación que se caracteriza por difundir un mensaje explícito y único. Comprar, consumir, votar, asistir, son todas acciones que se desprenden de forma inmediata al observarse las consignas que diferentes pegatinas anuncian y diseminan por las calles de la ciudad. Tales producciones, ligadas a fines publicitarios o propagandísticos, pretenden no solo capturar la atención del público, objetivo que comparten todas las manifestaciones visuales del espacio urbano, sino que buscan que la transmisión del mensaje se produzca veloz, efectiva y unívocamente, evitando dar lugar a la elaboración de lecturas que desvíen el sentido del discurso que comportan. Sin embargo, el afiche artístico como dispositivo de visualización no se asienta en una comunicación transparente, sino que, a la inversa, se afirma en la opacidad del arte para explorar e indagar entre los signos, generando alternativas para otra comunicación (Grüner, 2000). En efecto, al detenerse frente a la obra *La vida es el espectador* no se encuentra con un mensaje cerrado y orientado en pos de llevarse a cabo cierta actividad en concreto —como se espera de los afiches comerciales—, sino que se enfrenta a una producción compleja, densa, que no culmina en una única lectura sino que engendra y elabora múltiples significados posibles.

De este modo, si bien el afiche en tanto medio de comunicación se vincula a cierta representación y reproducción de la realidad basada en un interés específico y circunscripto, su apropiación desde la práctica artística de Ilusión Gráfica lo convierte en un dispositivo de visualización capaz de configurar un proceso de construcción, densificación y apertura de significaciones, ya sea dentro de una institución artística como en el espacio urbano contemporáneo. Se proyecta así una respuesta al interrogante formulado en un principio en torno al valor artístico que posee la obra *La vida es* y sus diferencias en relación con otras piezas gráficas con las cuales comparte un mismo modo de producción seriada y una extendida circulación por espacios extra artísticos. De esta manera, el abordaje del afiche desde la noción de dispositivo, a través de un análisis de las distintas dimensiones puestas en juego en el vínculo entre espectador e imagen, permite discernir las particularidades de su emplazamiento como obra de arte, manifestación estética que, sin perder las características materiales definitorias del medio ni dejar de desempeñar su función comunicativa por excelencia, da lugar a la formulación y a la condensación de nuevos sentidos y discursos posibles.

Referencias

Aumont, J. (1990). El papel del dispositivo. En *La Imagen* (pp. 143-206). Barcelona, España: Paidós.

Buján, F. & San Martín, P. S. (2013). La formación superior en artes mediatizada por dispositivos hipermediales dinámicos. *Palíndromo*, 5 (10), 67-87. Recuperado de:

<http://www.revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/4225/2985>

Centro de Arte de la UNLP. (2018). *Un museo como una novela eterna* [Catálogo]. Recuperado de <https://www.centrodearte.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2019/03/Un-Museo-como-una-Novela-Eterna.pdf>

Deleuze, G. (1990). ¿Qué es un dispositivo? En AA. VV. *Michel Foucault, filósofo* (pp. 155-163). Barcelona, España: Gedisa.

Ferreiro, J. (2018). *Un museo como una novela eterna* [Texto curatorial]. Recuperado de <https://www.centrodearte.unlp.edu.ar/un-museo-como-una-novela-eterna/>

Grüner, E. (2000). El arte, o la otra comunicación. En *Argentina. 7.º Bienal de La Habana* (pp. 1-3). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.

Ilusión Gráfica. (2017). *La vida es* [Registro fotográfico]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/BQN-jaBlPMf/>

Meunier, J. P. (1999). Dispositivo y teorías de la comunicación: dos conceptos en relación de codeterminación. Recuperado de <https://comycult.files.wordpress.com/2009/03/meunier.doc>