

Diseño y Documentalidad Visual. La Fotografía Callejera como Recurso en el Diseño Gráfico de Afiches

Andrés Soria (*)

Categoría: Investigación Disciplinar

Resumen: Este trabajo se propone analizar cómo la fotografía callejera, entendida como una práctica visual espontánea, documental y cargada de elementos simbólicos urbanos, puede ser utilizada como recurso expresivo en el diseño de afiches gráficos. El interés surge del cruce entre dos mundos visuales que, en apariencia, operan de manera autónoma: por un lado, el lenguaje crudo y no planificado de la fotografía urbana; por otro, la lógica compositiva del diseño gráfico, que responde a objetivos comunicacionales concretos. Sin embargo, en la práctica contemporánea, ambas disciplinas se entrelazan con creciente naturalidad, especialmente en producciones culturales, sociales y publicitarias que buscan anclarse en lo real, interpelar desde la proximidad y generar empatía visual.

Más que una intersección entre lenguajes, aquí se propone indagar en cómo el diseño de afiches retoma y resignifica elementos visuales propios de la fotografía callejera en la construcción de sus estrategias compositivas.

El afiche, como pieza de síntesis gráfica, ha evolucionado desde enfoques ilustrativos hacia propuestas más fotográficas, integrando imágenes documentales que aportan textura, contexto y densidad simbólica. En este sentido, la investigación se enmarca en el diálogo entre lo espontáneo y el conocimiento sistematizado; entre la captura intuitiva de lo cotidiano y su resignificación dentro de una pieza de diseño planificada.

El objetivo central será comprender de qué manera ciertas características estéticas y conceptuales propias de la fotografía callejera —como el uso del color, la textura del entorno, la composición azarosa o la representación de lo marginal— pueden enriquecer la construcción de afiches contemporáneos. Para ello, se analizarán casos concretos producidos entre 2010 y 2024 en América Latina, con énfasis en proyectos culturales y sociales realizados en Buenos Aires, ciudad donde confluyen dinámicas visuales intensas, territorios en disputa simbólica y una fuerte tradición gráfica de intervención urbana.

A partir de este marco, se plantea como pregunta problema: *¿De qué manera la incorporación de imágenes provenientes de la fotografía callejera transforma la lógica compositiva, expresiva y simbólica del diseño de afiches contemporáneos en contextos urbanos latinoamericanos?*

Este interrogante guiará un recorrido analítico que busca no solo identificar estéticas emergentes, sino también reflexionar sobre los modos en que lo cotidiano, lo espontáneo y lo visualmente imperfecto adquieren valor en un campo históricamente regido por la organización formal del mensaje.

El trabajo se propone así aportar una mirada crítica y sensible sobre una convergencia cada vez más visible en las prácticas del diseño actual. Para delimitar el análisis, se seleccionaron tres piezas gráficas desarrolladas entre 2017 y 2022 en la ciudad de Buenos Aires. Este recorte temporal y geográfico responde tanto a la disponibilidad y relevancia del material como al valor singular que adquiere Buenos Aires como territorio de fuerte tradición gráfica, alta densidad simbólica y expresión urbana. La elección permite observar con claridad cómo el diseño gráfico retoma elementos propios de la fotografía callejera para construir mensajes visuales cargados de identidad local, impacto estético y sentido político.

Palabras clave: Fotografía callejera – Diseño gráfico – Afiches – Cultura urbana – Estética contemporánea – Comunicación visual – Imagen documental.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 192 y 193]

(*) Docente de Diseño y Comunicación UP / Argentina.

Introducción

La relación entre imagen fotográfica y diseño gráfico ha sido históricamente fecunda, especialmente en soportes de fuerte carga simbólica como el afiche. La fotografía de calle, al registrar escenas espontáneas del entorno urbano, aporta una densidad visual y narrativa que desafía las estructuras rígidas del diseño. Autores como Susan Sontag o John Berger han explorado el valor cultural y político del acto de fotografiar, mientras que Roland Barthes subraya la dimensión emocional del *punctum*, ese detalle que conmueve desde lo no planeado.

El afiche, por su parte, se caracteriza por su capacidad de síntesis y su potencia comunicacional inmediata. Su vínculo con el espacio público lo convierte en un escenario privilegiado para experimentar con lenguajes visuales que interpelen al transeúnte. En este marco, la incorporación de imágenes callejeras puede ser entendida como un recurso que no solo aporta realismo, sino también una estética del caos, del error o del fragmento que dialoga con las nuevas formas de percepción contemporánea. Este trabajo retoma estas líneas teóricas para analizar cómo se reconfiguran los códigos del diseño de afiches cuando se incorpora la fotografía documental urbana, y qué impacto tiene esto en la lectura, la identificación y la eficacia del mensaje visual.

La fotografía callejera: estética, lenguaje y valor simbólico

La fotografía callejera, también conocida como street photography, se caracteriza por su **vínculo con lo no planificado**. A diferencia de otras formas de producción fotográfica más controladas, esta práctica se basa en la observación paciente, en la espera activa de lo inesperado. Lo espontáneo, lejos de ser una casualidad, se convierte en un recurso compositivo central. El fotógrafo callejero trabaja con el flujo cotidiano del entorno urbano, captando momentos fugaces que difícilmente podrían reproducirse en condiciones controladas de estudio. Esta espontaneidad no implica una falta de criterio estético, sino que constituye una estrategia visual en sí misma. No se trata únicamente de capturar lo que ocurre, sino de estar presente en el instante justo para reconocer un gesto, una mirada, una alineación fortuita de formas y luces. En palabras de Henri Cartier-Bresson, se trata de encontrar el “instante decisivo”, donde la forma y el contenido se articulan con fuerza. Esta idea resuena con lo que Roland Barthes conceptualiza como punctum: ese detalle no previsto que irrumpe, que conmueve, que activa una lectura emocional más allá de la intención del fotógrafo.

En ese sentido, la fotografía callejera incorpora lo imprevisible como parte de su estética. La ciudad, como escenario, ofrece un repertorio visual caótico y denso: grafitis, carteles rotos, reflejos en vidrieras, basura en la calle, sombras distorsionadas. Todos estos elementos, que otras disciplinas suelen evitar o limpiar del encuadre, son precisamente los que esta práctica reivindica. No se trata de una búsqueda deliberada de lo feo o lo marginal como exotismo, sino de una forma de representar lo real con sus contradicciones. Esta “estética del caos” permite el desenfoque, la sobreexposición, el grano, la asimetría o incluso el error técnico como parte del lenguaje. Desde el punto de vista del diseño gráfico, estos elementos aportan texturas visuales que rompen con la homogeneidad. Cuando estas fotografías son incorporadas en afiches, introducen capas de información simbólica que remiten a lo urbano, lo vivido, lo imperfecto. Así, la visualidad fragmentaria se convierte en una herramienta para construir mensajes más auténticos y emocionalmente resonantes.

Más allá de su dimensión estética, la fotografía callejera también plantea un aspecto ético fundamental. Al centrarse en sujetos y espacios que suelen estar fuera de los discursos visuales hegemónicos —como los barrios periféricos, los trabajadores informales, los cuerpos no normativos o los gestos íntimos del espacio público— esta práctica pone en tensión las nociones de visibilidad y representación. Susan Sontag advierte que toda fotografía es una forma de intervención en el mundo, y esto aplica con particular fuerza en la calle. Fotografiar a una persona en la vía pública, registrar una escena de vulnerabilidad o encuadrar un entorno deteriorado no es un gesto neutro: implica decisiones sobre desde dónde se mira, qué se elige mostrar y cómo se lo representa. En este contexto, la fotografía callejera puede convertirse en una herramienta de denuncia, de valorización simbólica o de inclusión visual. Al ser integrada en piezas gráficas como afiches —especialmente en campañas sociales, culturales o políticas— amplifica su poder testimonial. El diseñador, al seleccionar y resignificar estas imágenes, asume también una postura ética y política: no se trata solo de embellecer un mensaje, sino de decidir qué realidades merecen ser vistas, qué cuerpos ocupan el espacio gráfico y desde qué sensibilidad se los mostrará.

Por tanto, el valor simbólico de la fotografía callejera reside no solo en lo que muestra, sino en la decisión de mostrarlo. Cada imagen contiene una mirada situada que puede desafiar estereotipos, generar empatía o activar la reflexión crítica. En la medida en que el diseño gráfico reconozca esta potencia, el afiche puede dejar de ser un simple contenedor visual para convertirse en un acto de intervención cultural. Así, el cruce entre fotografía urbana y diseño de afiches permite construir mensajes visuales que no solo impactan por su estética, sino que también interpelan desde lo ético y lo político.

El afiche contemporáneo y su vínculo con lo urbano

El afiche, como dispositivo gráfico y comunicacional, ha mantenido desde sus orígenes un vínculo estrecho con el espacio urbano. Nacido como medio de comunicación visual masiva en las calles, su evolución ha estado ligada a los cambios en las formas de habitar, recorrer y percibir la ciudad. En el contexto contemporáneo, el afiche ha dejado de ser una simple superficie informativa para convertirse en una plataforma de experimentación visual que busca interpelar a un espectador móvil, saturado de estímulos e inmerso en un entorno visual caótico. Este nuevo paisaje urbano, fragmentado y sobrecargado, exige al afiche competir por la atención con una infinidad de señales gráficas, pantallas, grafitis, anuncios digitales y flujos constantes de imágenes. Ante este escenario, el afiche encuentra en la fotografía callejera un aliado estratégico: la posibilidad de construir una visualidad verosímil, directa y emocionalmente conectada con el entorno donde circula.

Uno de los cambios más significativos en el lenguaje del afiche ha sido el desplazamiento desde la ilustración hacia el uso predominante de la fotografía. Esta transición no ha sido solo técnica, sino discursiva. Las imágenes fotográficas —en especial las documentales y urbanas— aportan un anclaje en lo real que la ilustración, por su naturaleza más simbólica, no siempre puede ofrecer. En el marco del diseño actual, la incorporación de fotografía callejera permite al afiche conectar con códigos visuales reconocibles por el público, generando una identificación casi inmediata. El espectador no solo observa una imagen, sino que reconoce un espacio, una textura, un cuerpo que podría ser el suyo. Esta cercanía perceptiva refuerza la eficacia del mensaje, ya que el afiche no aparece como una imposición externa, sino como una extensión del entorno visual cotidiano.

Además, el afiche contemporáneo tiende a trabajar con lenguajes mixtos: combina fotografía con ilustración digital, collage, tipografía expresiva, texturas escaneadas o elementos del entorno urbano. Esta hibridez visual responde a una necesidad de ruptura con los formatos tradicionales y a una búsqueda de originalidad dentro de un entorno saturado. En este sentido, la imagen callejera introduce una capa de autenticidad que contrasta con los discursos más pulidos o institucionales. No se trata de lo perfecto, sino de lo reconocible; no del diseño corporativo, sino del mensaje situado. Así, el afiche se convierte en un territorio donde lo gráfico y lo documental pueden convivir sin perder fuerza expresiva. El espacio público, donde el afiche encuentra su lugar de aparición, también ha cambiado. Ya no se trata únicamente de paredes vacías o columnas de publicidad. En muchas

ciudades, la intervención gráfica debe negociar con normativas, apropiaciones sociales, protestas visuales y capas históricas de significación. En este contexto, el afiche que incorpora elementos de la fotografía callejera se inscribe con mayor fluidez: parece “nacer” del entorno, no irrumpir en él. De este modo, la estética urbana no solo es un recurso visual, sino también una estrategia de inserción cultural. El afiche se mimetiza con el espacio, dialoga con él, se vuelve parte del ecosistema gráfico de la ciudad.

Así, el vínculo entre el afiche y lo urbano no es meramente contextual, sino estructural. El diseño contemporáneo reconoce que la eficacia de la pieza gráfica depende no solo de su contenido visual, sino también de su capacidad para resonar con el entorno donde se presenta. La fotografía callejera, al proveer imágenes cargadas de textura, realismo y proximidad simbólica, permite construir afiches que no solo informan, sino que también narran, interpelan y conectan emocionalmente con quienes los ven.

Convergencias visuales: del registro a la composición

El encuentro entre la fotografía callejera y el diseño gráfico de afiches no es una simple yuxtaposición de lenguajes, sino una operación compleja donde se produce una verdadera convergencia visual. El diseñador no se limita a insertar una imagen dentro de una maqueta preexistente, sino que actúa como un editor visual que transforma el registro fotográfico en una composición cargada de intencionalidad. La fotografía callejera, al estar marcada por su espontaneidad y su densidad simbólica, se convierte en materia prima para una relectura visual que amplifica su sentido original y lo reinscribe en una lógica comunicacional. Esta práctica, cada vez más común en el diseño contemporáneo, habilita una forma de narrativa gráfica que integra lo caótico y lo intuitivo en un marco estructurado y estratégico.

En este proceso, el diseñador se enfrenta a una doble tarea: por un lado, conservar la fuerza expresiva de la imagen original; por otro, organizar visualmente sus elementos para que dialoguen con otros recursos gráficos como la tipografía, el color o planos de lectura. No se trata de ornamentar con una foto, sino de construir un discurso visual en el que cada elemento —imagen, texto, textura— contribuya a la potencia del mensaje. En este sentido, la fotografía callejera ofrece un repertorio valioso de signos urbanos: muros descascarados, grafitis, expresiones faciales, movimientos del cuerpo, fragmentos de palabras o señales callejeras. Todos estos componentes, una vez seleccionados y reordenados, conforman una narrativa visual que condensa el espíritu del espacio urbano.

La articulación entre fotografía y diseño genera fricciones visuales que enriquecen la lectura del afiche. La superposición de tipografía limpia sobre fondos fotográficos cargados de textura produce un contraste que llama la atención y dinamiza la mirada. El corte abrupto de una imagen, la elección de una escala inusual, el uso de transparencias o el encuadre no convencional son decisiones que el diseñador toma para activar el diálogo entre registro y mensaje. En este proceso de montaje, se pone en juego lo que Roland Barthes describe como una “lectura del mundo como texto”: el diseñador lee la imagen urbana como una

escritura visual abierta, y su tarea es reescribirla dentro de un nuevo sistema de significados. Este enfoque permite alejarse de la estética publicitaria estandarizada y explorar un diseño más expresivo, fragmentario y emocional. Lo inacabado, lo imperfecto o lo accidental ya no son errores a corregir, sino cualidades que otorgan verdad y proximidad. La composición deja de aspirar a la pulcritud corporativa para abrazar una visualidad más cruda, sensible y situada. Esta estrategia resulta especialmente potente en proyectos de comunicación cultural o social, donde la empatía visual y la identificación simbólica son claves para establecer vínculos con el espectador.

Al incorporar imágenes callejeras en el diseño de afiches, el diseñador asume el rol de un narrador visual que no solo comunica, sino que interpreta. Interviene sobre fragmentos del mundo y los resignifica en función de un propósito gráfico y discursivo. Tal como señala Joan Fontcuberta, “la fotografía no es la realidad, sino un fragmento del mundo culturalmente interpretado”. Esta premisa es central para entender que el afiche no es una simple representación de lo urbano, sino una reconfiguración sensible del entorno. La imagen callejera, al ingresar al universo del diseño, adquiere nuevas capas de lectura, nuevas tensiones formales, y nuevos sentidos que refuerzan el impacto del mensaje.

En definitiva, la convergencia entre registro fotográfico y composición gráfica abre una zona fértil para la experimentación visual. El afiche se convierte así en un espacio híbrido donde se cruzan lo documental y lo simbólico, lo espontáneo y lo construido, lo emocional y lo comunicacional. Esta hibridación no solo enriquece la estética de la pieza, sino que expande su capacidad para narrar lo urbano desde una mirada sensible, crítica y profundamente visual.

Estudio de Casos

Para comprender cómo la fotografía callejera puede funcionar como un recurso expresivo dentro del diseño gráfico de afiches, se analizarán tres casos desarrollados en la ciudad de Buenos Aires entre los años 2017 y 2022. Estos ejemplos fueron seleccionados por su capacidad de evidenciar distintas formas de articulación entre el lenguaje espontáneo de la imagen urbana y la lógica compositiva del afiche, permitiendo observar cómo el registro de lo cotidiano, lo fragmentario y lo visualmente imperfecto puede ser resignificado desde el diseño para construir mensajes con carga estética, simbólica y política. Cada uno de los casos seleccionados se vincula con un proyecto cultural diferente, lo que posibilita también una mirada transversal sobre las distintas sensibilidades visuales presentes en el espacio urbano contemporáneo.

El primer caso corresponde al afiche del BAFICI 2017, una pieza que se destaca por el modo en que utiliza una fotografía urbana no como ilustración narrativa, sino como generadora de atmósfera. La imagen retrata una esquina anónima de la ciudad bajo una luz cenital suave, probablemente tomada durante un momento de tránsito calmo del día. No hay presencia humana explícita, lo que permite que el entorno adquiera protagonismo: las texturas del suelo, los muros, las sombras proyectadas y la composición del espacio

construyen una sensación que remite a lo íntimo y lo cotidiano. Esta imagen no busca contar una historia específica, sino activar una percepción sensorial. En este contexto, la fotografía callejera opera como un campo visual cargado de sugerencias, donde el espectador puede proyectar sus propias narrativas. Desde el punto de vista compositivo, el diseño tipográfico se resuelve con sobriedad y se integra con delicadeza a la imagen, respetando su silencio visual. El resultado es un afiche que no impone un mensaje, sino que invita a habitarlo desde la sensibilidad. La ciudad se vuelve así escenario emocional, y la imagen fotográfica, más que ilustrar, evoca.

El segundo ejemplo se inscribe en un registro diferente. Se trata de un afiche realizado para una campaña de la Red de Cultura Comunitaria en 2021, que promueve iniciativas culturales en barrios populares de Buenos Aires. La imagen central del afiche fue tomada durante una jornada cultural en Villa Lugano y muestra una escena de participación colectiva frente a un mural barrial. A diferencia del caso anterior, aquí la fotografía cumple un rol claramente testimonial: se trata de una captura directa de una situación real, en la que se observan rostros, cuerpos en acción, colores vibrantes y signos de identidad local. La fotografía callejera funciona aquí como documento de lo vivido, pero también como declaración visual: lo que se muestra es un territorio, una comunidad, una red de afectos que ocupa el espacio público con creatividad. El diseño respeta esta organicidad y evita intervenir en exceso la imagen. La tipografía se dispone en los márgenes, acompañando las líneas visuales de la escena y dejando que el centro emocional del afiche lo ocupe la fotografía misma. Este caso evidencia cómo el diseño gráfico puede asumir una postura ética a través de sus elecciones formales, reconociendo la potencia simbólica de lo real y valorizando estéticamente aquello que suele quedar fuera de los discursos institucionales. La imagen no es un ornamento, sino un acto de visibilidad.

El tercer caso, correspondiente al Festival Ciudad Emergente 2022, propone una estrategia visual completamente distinta. Aquí, la fotografía callejera aparece no como imagen unitaria, sino como parte de una composición fragmentada construida a partir de múltiples registros urbanos de archivo. El afiche se compone como un collage visual en el que se superponen fotografías de graffitis, escenas callejeras, bicicletas, cuerpos en movimiento, detalles de mobiliario urbano y texturas del espacio público. Estas imágenes, tomadas por distintos fotógrafos locales, han sido encuadradas, modificadas y articuladas en una puesta gráfica que apuesta por la saturación, el ritmo y el contraste. A diferencia de los ejemplos anteriores, este afiche no busca construir una narrativa cerrada, sino provocar una sensación: vibración, energía, caos. La ciudad se presenta como un flujo visual fragmentado, donde cada componente remite a una estética joven, barrial, emergente. El diseño se vale de esta densidad para construir un lenguaje visual híbrido que combina lo documental con lo digital, lo espontáneo con lo intervenido. La fotografía callejera aquí no es mostrada como documento puro, sino como material visual a ser manipulado, resignificado y amplificado. Esta estrategia permite conectar con públicos acostumbrados a decodificar imágenes fragmentarias, y al mismo tiempo refuerza el carácter situado del afiche: cada elemento visual remite a un territorio, a una experiencia urbana reconocible, a una sensibilidad contemporánea que valora lo real, lo imperfecto y lo emocional.

En conjunto, estos tres casos permiten observar cómo el cruce entre fotografía callejera y

diseño gráfico no responde a una fórmula única, sino que abre un abanico de posibilidades expresivas. Desde la atmósfera contemplativa hasta la crónica comunitaria o el collage vibrante, la imagen urbana se revela como una herramienta capaz de introducir capas de sentido que enriquecen la lógica compositiva del afiche. Más que un recurso decorativo, la fotografía de calle aporta verdad, contexto y carga simbólica, ampliando el campo de acción del diseño gráfico hacia formas de comunicación más sensibles, situadas y políticamente significativas.

Aportes y Reflexiones

A partir del análisis de los casos y del recorrido teórico realizado, es posible extraer una serie de reflexiones que permiten comprender con mayor profundidad el potencial expresivo, simbólico y político que emerge del cruce entre fotografía callejera y diseño gráfico. Este vínculo no se reduce a una cuestión estilística o técnica, si no que involucra decisiones éticas y discursivas que resignifican las prácticas del diseño contemporáneo en relación con lo urbano, lo cotidiano y lo visualmente imperfecto. En este sentido, los aportes que se desarrollan a continuación permiten situar esta convergencia en un plano más amplio, en el que se discuten nociones de representación, territorio, sensibilidad y comunicación visual.

En primer lugar, la fotografía callejera introduce una dimensión política en el campo del diseño gráfico, al poner en circulación imágenes que provienen de contextos reales, muchas veces invisibilizados o marginados en los discursos visuales hegemónicos. Incorporar estas imágenes a piezas gráficas implica asumir una posición respecto a qué cuerpos, qué espacios y qué escenas merecen ser representados. La calle, con sus contradicciones, su caos y su vitalidad, se vuelve así un escenario de disputa simbólica. La representación ya no se construye desde el ideal o desde lo corporativo, sino desde lo que realmente acontece: una vereda rota, una sombra extraña, un rostro ajeno a los cánones publicitarios. En este gesto, el diseño se vuelve un territorio político, donde lo marginal puede adquirir centralidad y donde lo imperfecto deja de ser un defecto para convertirse en lenguaje.

Por otro lado, este cruce permite repensar el rol del diseño gráfico como una forma de narrativa situada. Frente a un entorno saturado de imágenes genéricas y fórmulas visuales repetidas, el uso de fotografías callejeras aporta una singularidad que ancla el mensaje en un territorio específico. No se trata solo de diseñar con imágenes reales, sino de narrar desde una sensibilidad que reconoce el valor simbólico del contexto. El diseñador, en este marco, no es solo un ejecutor de formas, sino un lector del entorno, un intérprete visual que selecciona, recorta y resignifica fragmentos de realidad para construir un discurso gráfico. Esta práctica transforma la lógica tradicional del diseño, alejándose de la estandarización para acercarla a una mirada más abierta, plural y situada. El diseño deja de imponer formas para empezar a dialogar con lo que ocurre en las calles, en los muros, en los cuerpos en tránsito.

Finalmente, un aspecto central que se desprende del análisis es el poder emocional que

puede activarse cuando el diseño permite trabajar con lo cotidiano. La fotografía callejera, al capturar escenas espontáneas, expresiones reales y texturas del día a día, introduce una cercanía visual que conecta de forma directa con el espectador. Esta conexión no se basa en lo espectacular, sino en lo reconocible: una mirada furtiva, una postura corporal, una esquina cualquiera puede despertar una respuesta emocional porque remiten a experiencias compartidas. En un mundo visual marcado por la perfección artificial y la sobreproducción estética, la incorporación de lo imperfecto adquiere fuerza precisamente por su veracidad. El diseño gráfico, al integrar estas imágenes, puede construir mensajes más humanos, más empáticos y más memorables, no solo por su impacto visual, sino por su capacidad de generar identificación simbólica.

En conjunto, estas reflexiones permiten pensar que el vínculo entre fotografía callejera y diseño gráfico habilita una forma de producción visual más abierta a la complejidad del mundo contemporáneo. No se trata simplemente de añadir imágenes urbanas a una composición, sino de asumir una mirada sobre el entorno, de reconocer que el acto de diseñar también implica interpretar lo real. Esta convergencia visual, lejos de ser una moda estética, constituye una oportunidad para repensar el lugar del diseño en la construcción de sentidos colectivos, desde una perspectiva sensible, crítica y profundamente situada.

Conclusiones

La presente investigación ha permitido explorar en profundidad las relaciones entre fotografía callejera y diseño gráfico, con especial énfasis en su convergencia dentro del formato del afiche contemporáneo. A lo largo del trabajo se ha buscado no solo describir este cruce, sino también comprender su potencial expresivo, narrativo y político en contextos urbanos latinoamericanos, particularmente en la ciudad de Buenos Aires. A partir del análisis teórico, de los casos seleccionados y de las reflexiones críticas desarrolladas, se extraen una serie de conclusiones que ponen en valor tanto los aportes conceptuales como las implicancias visuales de este fenómeno.

En términos teóricos, uno de los principales aportes de la investigación radica en haber tendido puentes entre distintos campos del saber visual. La lectura de autores como Barthes, Sontag, Berger o Fontcuberta permitió entender la fotografía callejera no solo como una práctica estética, sino como un acto cargado de subjetividad, mirada y toma de posición. Al mismo tiempo, el análisis del diseño gráfico desde su dimensión comunicacional y simbólica permitió observar cómo estos registros espontáneos pueden ser integrados a piezas planificadas sin perder su potencia expresiva. El trabajo contribuye así a ampliar el marco teórico que vincula imagen documental, representación urbana y estrategias compositivas, evidenciando cómo lo azaroso, lo cotidiano y lo afectivo pueden convivir con lo racional, lo planificado y lo discursivo dentro de una misma pieza gráfica.

La relevancia del cruce entre fotografía callejera y diseño gráfico se revela, entonces, no solo en términos formales, sino también en su capacidad para generar nuevas formas de comunicación visual. El afiche, históricamente asociado a la síntesis gráfica y a la eficacia

del mensaje, se enriquece cuando incorpora imágenes que provienen del entorno real. Este gesto, lejos de diluir el poder del diseño, lo amplifica: lo sitúa en un territorio, lo humaniza, lo vuelve permeable a lo que ocurre en las calles. Así, el afiche deja de ser un contenedor cerrado para convertirse en una superficie de diálogo con lo urbano, una plataforma para narrar lo común desde una sensibilidad visual que integra el error, la textura, el gesto y la imperfección como recursos legítimos de diseño. En este sentido, la fotografía callejera no solo aporta una estética particular, sino una ética de la representación que interpela al espectador desde la cercanía y la identificación simbólica.

Finalmente, el trabajo abre algunas líneas futuras de indagación que podrían enriquecer aún más este campo de estudio. Una de ellas tiene que ver con el análisis comparado entre distintas ciudades latinoamericanas, para observar cómo este cruce entre fotografía y diseño se manifiesta en contextos con dinámicas urbanas y tradiciones gráficas diversas. Otra línea posible es la incorporación de nuevas tecnologías y formatos —como los afiches digitales, interactivos o en movimiento— que permiten explorar cómo lo callejero se traduce en entornos visuales expandidos. También sería interesante profundizar en los procesos creativos de diseñadores que trabajan con fotografía propia o ajena, para comprender con mayor detalle cómo se negocian las decisiones éticas, estéticas y políticas en cada caso. En definitiva, lo que este trabajo ha intentado demostrar es que la integración de la fotografía callejera en el diseño gráfico no es un simple recurso estilístico, sino una oportunidad para construir mensajes visuales más complejos, sensibles y arraigados en la experiencia urbana contemporánea.

Abstract: This study analyzes how street photography—understood as a spontaneous, documentary visual practice filled with urban symbolic elements—can be used as an expressive resource in poster design. The research arises from the intersection between two visual worlds that appear autonomous: the raw, unplanned language of urban photography and the compositional logic of graphic design, which responds to specific communicational goals. Incontemporary practice, both disciplines increasingly intertwine, particularly in cultural, social, and advertising productions that seek to anchor themselves in reality, engage through proximity, and generate visual empathy. The central objective is to understand how aesthetic and conceptual features of street photography—such as color, environmental texture, chance composition, or the representation of marginality—can enrich contemporary poster design. The analysis focuses on recent Latin American productions, especially in Buenos Aires, a city with a strong graphic tradition, symbolic density, and vibrant urban expression.

Keywords: Street photography – Graphic design – Posters – Urban culture – Contemporary aesthetics – Visual communication – Documentary image.

Resumo: Este estudo propõe analisar como a fotografia de rua, entendida como uma prática visual espontânea, documental e carregada de elementos simbólicos urbanos, pode ser utilizada como recurso expressivo no design de cartazes gráficos. O interesse surge do cruzamento entre dois mundos visuais que, à primeira vista, operam de forma autônoma: de um lado, a linguagem crua e não planejada da fotografia urbana; de outro, a lógica compositiva do design gráfico, que responde a objetivos comunicacionais específicos. Na prática contemporânea, ambas as disciplinas se entrelaçam com naturalidade crescente, especialmente em produções culturais, sociais e publicitárias que buscam ancorar-se no real, interpelar pela proximidade e gerar empatia visual. O objetivo central é compreender de que maneira certas características estéticas e conceituais da fotografia de rua — como o uso da cor, a textura do ambiente, a composição fortuita ou a representação do marginal — podem enriquecer a construção de cartazes contemporâneos. A análise concentra-se em produções latino-americanas recentes, com ênfase na cidade de Buenos Aires, onde se cruzam dinâmicas visuais intensas, territórios em disputa simbólica e uma forte tradição gráfica de intervenção urbana.

Palavras-chave: Fotografia de rua – Design gráfico – Cartazes – Cultura urbana – Estética contemporânea – Comunicação visual – Imagem documental
