



EJE TEMÁTICO REPRESENTAR



Adolph Friedrich Reinhardt

intro

El malvado demonio de las imágenes

textos y fragmentos sobre representación

Por Jean Baudrillard

La representación de la realidad

Por Bill Nichols

Mirar

Por John Berger

That's the way I see it

Por David Hockney

Retórica de la imagen

dossier: retórica de la imagen

Compilación

Busco ser honesto al dibujar

fragmentos de entrevistas

Por Gusti, entrevistado por Por Andrés Valenzuela

Sensiblemente digital

Por Christian Montenegro, entrevistado por Fernanda Cohen

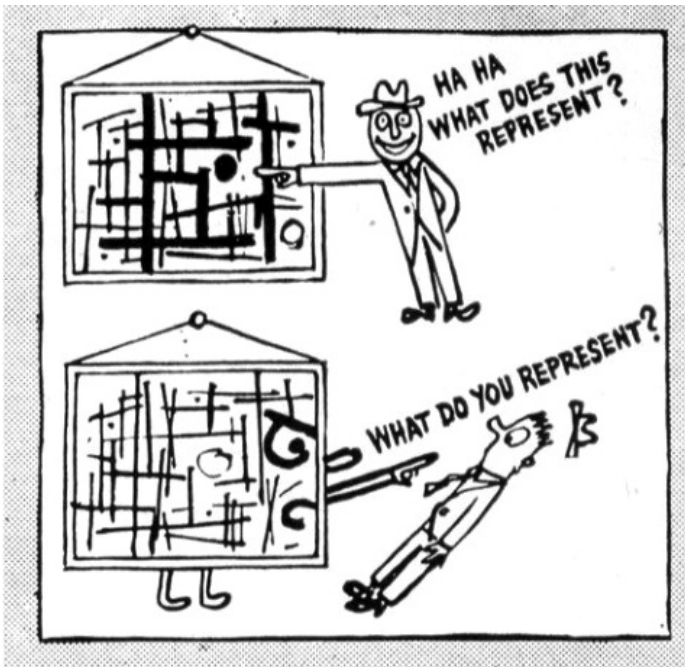


ilustraciones de Yara Kono



Intro

- Adolph Friedrich Reinhardt



-JA JA ¿QUÉ REPRESENTA ESTO?
-¿QUE REPRESENTÁS VOS?



Adolph Friedrich Reinhardt, fue un artista abstracto que comenzó su carrera al lado de los expresionistas abstractos, pero se fue alejando de ellos para encontrar su propio camino. En algún punto de los años 50 descubrió que reduciendo su paleta podía expresar más, podía quizás contar lo que no está pintado. Al final su arte se volvió monocromo, siendo por todo ello considerado uno de los padres de las dos corrientes de esos años para el mundo del arte: el arte conceptual y el minimalismo. fue uno de los abanderados del arte abstracto, pero curiosamente destacó también como caricaturista y llaman la atención sus viñetas cómicas, que a menudo satirizan el mundo del arte.

Textos

• El malvado demonio de las imágenes (The Evil Deamon of Images)

Por **Jean Baudrillard**

El secreto de la imagen... no debe ser buscado en su diferenciación de la realidad, y por lo tanto en su valor representativo (estético, crítico o dialéctico), sino al contrario, en su «telescopización» hacia dentro de la realidad, su cortocircuito con la realidad y, finalmente, en la implosión entre imagen y realidad. Para nosotros hay una cada vez más definitiva falta de diferenciación entre imagen y realidad, que ya no deja lugar para la representación como tal...

La práctica de los signos siempre es ambivalente, siempre cumple la función de conjurar el doble sentido del término: de hacer surgir para capturar mediante signos (las fuerzas, lo real, la felicidad, etc.) y de evocar algo para negarlo y reprimirlo. Sabemos que el pensamiento mágico con sus mitos apunta a conjurar el cambio y la historia. En cierto modo, el consumo generalizado de imágenes, de datos, de informaciones, también apunta a conjurar lo real en los signos de lo real, a conjurar la historia en los signos del cambio, etc.

Es lo real, y no el mapa, cuyos vestigios persisten aquí y allá en los desiertos que ya no son aquellos del Imperio, sino los nuestros: el desierto de lo real en sí.

• La representación de la realidad (Representing Reality)

Por **Bill Nichols**

El potencial de un texto para la ambivalencia, paradoja, parodia, o decepción (y auto-decepción) invita tanto a la sospecha –¿está diciendo el texto algo más o distinto de aquello que aparenta estar diciendo?– como a la revelación – ¿qué es lo que el texto está manifestamente diciendo?

Fragmentos

• Mirar

Por John Berger

Bacon: «La obra de Bacon está centrada en el cuerpo humano. Éste suele estar distorsionado, mientras que las ropas o lo que lo rodea no lo está, o lo está relativamente menos. Comparemos el impermeable con el torso, el paraguas con el brazo, la colilla con la boca. Según el propio Bacon, las distorsiones sufridas por el rostro y el cuerpo son la consecuencia de su búsqueda de una manera de hacer que la pintura «llegue directamente al sistema nervioso». Una y otra vez se refiere al sistema nervioso del pintor y del espectador. Para él, el sistema nervioso es independiente del cerebro. El tipo de pintura figurativa que atrae al cerebro es para Bacon ilustrativa y aburrida.

«Siempre he intentado comunicar las cosas de la forma más directa y más cruda que he sido capaz, y tal vez porque les llegan directamente, porque las comprende directamente, la gente piensa que son horribles.»

«Para alcanzar esa crudeza que habla directamente al sistema nervioso, Bacon confía plenamente en lo que él denomina «el accidente». «En mi caso, considero que todo lo que me ha gustado de verdad ha sido el resultado de un accidente sobre el que he sido capaz de trabajar»

En su pintura, el accidente tiene lugar cuando el artista hace «marcas involuntarias» en el lienzo. Su «instinto» encuentra entonces en ellas una manera de desarrollar la imagen. Una imagen desarrollada es aquella que es al mismo tiempo real y sugerente para el sistema nervioso.»

Giacometti: «La proposición última en la que Giacometti basó toda su obra de madurez consistía en la imposibilidad de llegar a compartir la realidad con alguien —y a él lo único que le interesaba era la contemplación de la realidad—. Por eso creía que era imposible ver una obra terminada. Por eso el contenido de cualquiera de sus obras no es la naturaleza de la figura o la cabeza retratada, sino la historia incompleta de su contemplación por parte del artista. El acto de mirar era para él una forma de oración; se fue convirtiendo en un modo de aproximarse a un absoluto que nunca conseguía alcanzar. Era el acto de mirar lo que le hacía darse cuenta de que se encontraba constantemente suspendido entre la existencia y la verdad.»

Magritte y lo imposible: «Magritte acepta y emplea un lenguaje pictórico determinado. Un lenguaje que tiene más de quinientos años y cuyo prim-

er maestro fue Van Eyck. Este lenguaje presupone que la verdad se ha de buscar en las apariencias y que, por consiguiente, éstas merecen ser conservadas mediante su representación. Este lenguaje presupone asimismo una continuidad en el tiempo y en el espacio. Es un lenguaje que trata, en la forma más natural que pueda existir, de los objetos: muebles, cristalerías, telas, casas. Es apropiado para expresar la experiencia espiritual, pero siempre en un escenario concreto, siempre circunscrito a cierta materialidad estática: las figuras humanas parecían estatuas milagrosas. Este valor de la materialidad se expresaba mediante la ilusión de la tangibilidad. No puedo trazar aquí la transformación sufrida por este lenguaje durante los cinco siglos que se extienden de Van Eyck a Magritte. Pero sus planteamientos iniciales continuaron siendo los mismos y todavía forman parte de lo que la mayoría de los europeos siguen esperando de las artes visuales: la verosimilitud, la representación de las apariencias, la descripción de sucesos y escenarios concretos.

Magritte se cuestionó la idoneidad de este lenguaje para expresar lo que él tenía que decir. Así es que en su arte no se da ningún tipo de oscuridad. Todo es claramente legible, incluso en sus primeras obras, cuando su técnica no era todavía todo lo depurada que llegaría a ser durante los últimos veinte años de su vida. (Utilizo el término legible metafóricamente: su lenguaje es visual, no literario, aunque, al ser un lenguaje, significa algo diferente de sí mismo.) Sin embargo, lo que tenía que decir destruyó la razón de ser del lenguaje utilizado para decirlo; lo importante, lo que cuenta en la mayoría de sus cuadros, depende de lo que no se muestra, del suceso que no está teniendo lugar, de lo que puede desaparecer.

Examinemos algunos ejemplos tempranos: *L'Assassin Menace*. El asesino está de pie escuchando un disco en el gramófono. Dos policías de civil lo esperan escondidos en un rincón para arrestarlo. Al otro lado de la ventana, tres hombres contemplan la espalda del asesino. Se nos muestra todo y no se nos muestra nada. Vemos un suceso concreto en un escenario determinado, pero todo es un misterio: el asesinato cometido, el futuro arresto[...]

«La razón de ser del lenguaje utilizado para decirlo; lo importante, lo que cuenta en la mayoría de sus cuadros, depende de lo que no se muestra, del suceso que no está teniendo lugar, de lo que puede desaparecer.»

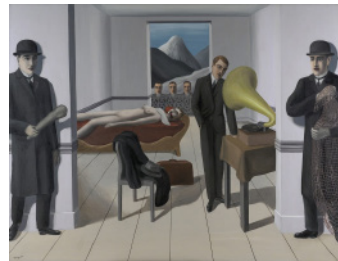
1-



2-



3-



4-



1- Bacon
2- Giacometti
3 y 4- Magritte

Fragmentos

• That's the way I see it

Por David Hockney

Cómo / qué representás

(...) El «cómo» tiene un gran efecto en lo que vemos. Decir que «lo que vemos» es más importante que «cómo lo vemos» es pensar que «cómo» ha sido arreglado establecido. Cuando te das cuenta de que ese no es el caso, te das cuenta de que «cómo» a menudo afecta «qué» vemos. Por ejemplo: en el tele-informativo, tienen que proveer imágenes, obvio, algo que el informativo radial no. Quieren mantenerte ahí, necesitan una audiencia y entonces tienen que encontrar un modo de introducir algún tipo de emoción. Es más fácil mostrar Roma ardiendo que Roma siendo construida. Consecuentemente, vemos más imágenes de Roma ardiendo. Vinculando el «cómo» con el «qué», como lo estoy haciendo aquí, estoy tratando de mostrar que hemos logrado un efecto profundo. No podés desestimar el «cómo» y decir que solo debería haber «qué», porque entonces lo estás fijando demasiado, lo que hará que te dicte lo que ves. Entonces, «qué» y «cómo» no pueden divorciarse; Siempre debes seguirte preguntando «cómo». Hay que preguntarlo y lidiar con eso. (...)

(...) El modo en el que el mundo es representado tiene un profundo efecto en nosotros y no creo que, al final, puedas divorciar el modo en el que son representadas del arte. (...)

(...) Me gusta la claridad. Pero también la ambigüedad. Podés tener ambas en una misma pintura, y yo creo que deberías. Claridad es claridad visual. Ambigüedad es tanto visual como emocional (...)



(...) Goya se volvió sordo. Sordo como una tapia. Toda esa gente gritando en los últimos trabajos de Goya, son en realidad silenciosos –deben haber sido silenciosos para él: esas bocas que gritan no eran oídas, solo vistas. (...)

Nuevas ilusiones

(...) Quiero pintar la figura de otro modo al que lo venía haciendo antes. Sé que puede ser hecho de manera diferente para hacerlo mucho más vívido y real.

Dossier

• Retórica de la imagen

Compilación

Retórica: Estudio de los procedimientos y técnicas del lenguaje, con fines estéticos o persuasivos. Retórica viene de rétor, que significa orador.

La retórica es el arte de la buena expresión. Se basa en un saber común entre el orador y su público. Apunta a conmovir mediante lo que resulta verosímil, no a convencer según la razón. La retórica como acto de comunicación, es una elaboración programada, no espontánea, de un mensaje.

Es necesario mirar hacia la Antigua Grecia para encontrar definidos los elementos de la comunicación persuasiva, era una habilidad enseñada a la elite de la juventud griega. Una ciencia que se transmitía en las Escuelas como la de Sócrates o Platón.

El fin de la retórica era persuadir de algo que el perceptor ignora o sobre lo cual debe reflexionar. Tenía como fundamento la verdad pero empleaba como táctica la persuasión.

a) Mensaje lingüístico: Para decodificarlo sólo se necesita conocer el código, el idioma. Requiere una competencia lingüística. Puede ser el texto que acompaña una imagen. Tiene un aspecto denotado, de literalidad del signo, y un aspecto connotado, lo que transmite por su asonancia y colores por ejemplo, a lo que estos refieren.

b) Mensaje Denotado / Monosemia: Mensaje icónico no codificado. Está formado por los objetos de la imagen. Para «leerlo» no necesitamos más que un saber relacionado con nuestra percepción, necesitamos cierta competencia iconográfica, debemos poder identificar los elementos que componen la imagen, por ejemplo, niño, perro, casa...

c) Mensaje Connotado / Polisemia: Corresponde a un segundo nivel, el de connotación, incorporado a la cultura. Se descomponen e interpretan los diferentes signos que es posible «leer en la imagen».

Al enumerar cada uno de los signos que es posible rastrear en la imagen podemos concluir que se trata de un mensaje icónico codificado. La interpretación de estos signos pone en funcionamiento ciertos conocimientos culturales, ciertas competencias que tienen que ver con el contexto histórico y social del que forma parte aquel que interpreta la imagen. El número de lecturas de una imagen varía de un individuo a otro y por los indicios contenidos en la imagen.

El mensaje literal, denotado, aparece como soporte del mensaje simbólico connotado. El vínculo entre significante y significado es inmediato, automático y natural.

La distinción entre mensaje denotado y connotado es analítica, porque siempre que nos enfrentamos a una imagen se nos presentan los signos de la connotación.

FIGURAS RETÓRICAS

Clasificación de figuras, basándonos en Jacques Durand, Retórica e imagen publicitaria.

Relación de figuras

ILUSTRACIÓN ROLDÁN

FIGURAS DE ADJUNCIÓN

En este tipo de mensajes se construyen añadiendo conceptos/elementos. A+B=Mensaje.

Repetición:

Encontramos conceptos/elementos que se repiten. Las repeticiones pueden ser variadas, idénticas formas colocadas paralelamente, yuxtaposiciones de imágenes o el mismo elemento en gradación.

La repetición del signo puede ser intermitente (AaAaAaAa), o puede ser la repetición de una serie, como un loop (AFGLKA, AFGLKA)

2. Similitud:

Cuando A es como a o en forma o concepto.

Sinonimia: (símil) Consiste en comparar expresamente una cosa con otra, para dar idea eficaz de una de ellas, se produce un deslizamiento de atributos o propiedades.



Adjunción: Similitud o Sinonimia.
Por Isidro Ferrer.

3. Acumulación:

Cuando construimos el mensaje añadiendo elementos diferentes. Remite a cantidad o desorden, no hay oposición ni parecido.

4. Oposición:

A nivel de forma o de concepto.

Antítesis: Oposición de un concepto a otro A/B

«Vístanme despacio que estoy apurado».

Puesta en escena de imágenes opuestas entre sí por alguna cualidad icónica.

Paradoja: Unión de dos ideas aparentemente imposibles de concordar.

Solo sé que no se nada, prohibido prohibir.

Oxímoron: Contradicción de dos conceptos un una sola frase o imagen. Incoherencia.

Un silencio ensordecedor. Una oscuridad deslumbrante.

FIGURAS DE SUPRESIÓN

Cuando el mensaje se forma al eliminar un elemento (=) Mensaje

Elipsis: Omisión de alguno de los elementos necesarios en la oración o imagen.

Al mal tiempo (es mejor poner) buena cara.

UBA - FADU - 2018





Supresión.
Por Stefan Zsatsits.

Cuando suprimimos algún elemento del mensaje de forma explícita, implica al receptor en la decodificación e interpretación del mensaje. Un ejemplo de supresión lo podemos encontrar en la campaña de «Malboro» donde no aparece el producto, solo un soleado paisaje del desierto americano, pero todo el mundo sabe identificar perfectamente el anuncio.

FIGURAS DE SUSTITUCIÓN



Sustitución: metáfora.
Por Julian Key.

Cuando el mensaje se forma al sustituir un concepto por otro A por B=Mensaje.

Metáfora: Denominar algo a través de su semejanza o analogía con otra cosa.

Ojos de almendra.

Se sustituye un término propio por otro por una relación de analogía (parecido) real o forzado. Consiste en una traslación de sentidos y/o significados por medio de comparaciones o analogías, se realiza la comprensión y el entendimiento gracias a la construcción de procesos comparativos entre el objeto y lo que sabemos de antemano.

Metonimia: Designar una cosa o idea con el nombre de otra. Un techo donde dormir, un Dalí, alta llantá (x las zapatilla).

La sustitución metonímica se basa en la relación de inclusión o contigüidad que se origina entre los elementos, la metonimia actúa por sustitución y la metáfora por similitudes. Se sustituye un término concepto por otro que tiene con el primero una relación física, de función. En la construcción de una metonimia podemos encontrar distintos esquemas: causa por efecto, efecto por causa, contenido por continente, marca por producto, obra por autor, materia por objeto, el todo por la parte, género por la especie, lugar de procedencia por el objeto «Saca tu acero» «Tengo un Velazquez en casa» «Dame los Kleenex», «beber un Rioja».



Sustitución: metáfora.
Por Isidro Ferrer.



Sustitución.

Sinécdoque: Representar el todo por la parte, o la parte por el todo. Pidió la mano de su novia, juegan Argentina vs Brasil.

Hipérbole: Alteración exagerada e intencional de la realidad.

Me encontré a medio mundo, hace mil años que no te veo.

Se sustituye un concepto por el mismo exagerando el resultado.

Alegoría: Cuando encontramos un conjunto de metáforas para expresar una idea

«El rapto de Paris»

Personificación: Atribuir cualidades o acciones humanas a objetos o ideas. La ciudad que nunca duerme, la naturaleza es sabia.

Personificación de un objeto inanimado o no humano

«La dulce voz de las campanas»

Animalización: Animalizar a un ser humano

«Paco ruge feroz todas las mañanas»

Ironía: Decir un concepto A para que se entienda lo contrario, tiene relación con humor «qué listo eres» «qué temprano llegaste» Para que la ironía funcione, el receptor debe saber previamente que la persona no es lista o que está llegando tarde.

Mentira: Es un recurso que se podría confundir con la ironía pero difiere de ella en la idea, pues la ironía busca un fin ácido y de diversión donde el emisor y el receptor son conscientes del mensaje real; en la mentira el receptor no es consciente del mensaje real.

Eufemismo: Sustituir un término desagradable con otro más agradable.

«Países en vía de desarrollo» «Sinceramiento de las tarifas»

FIGURAS DE INTERCAMBIO

Cuando encontramos un cambio de orden lógico composición correcta punto de vista.

Inversiones: Orden de los elementos está cambiado, al revés, cabeza a bajo, detrás por delante. También puede tratarse de una imagen imposible «Magritte», un armario abierto con un paisaje dentro.

Préstamo: Cuando usamos elementos de otro código o lenguaje (Cómic, pintura, fotografía)



Intercambio.
Lucas Varela.

Entrevistas

• Busco ser honesto al dibujar

Por **Gusti**, entrevistado por **Por Andrés Valenzuela**

Gusti lleva un cuaderno donde dibuja con lapiceras de colores. Mientras funciona el grabador varias veces se tiente y lo abre, lo recorre y lo cierra, conteniendo las ganas de ponerse a trazar ideas y mundos. Cuenta que en este momento es la técnica que más lo seduce. También que su estilo es fruto «de un montón de cosas hechas para sobrevivir» y que se diferencia de sus colegas europeos porque ellos siguen una línea estilística desde que comienzan, y que él la cambió y adaptó a las necesidades del momento. Por eso se resiste a ser definido como un ilustrador que trabaja «con el ordenador», haciendo collages o con técnicas de reciclaje. «Depende de lo que esté haciendo». (...)

(...) «Empecé a trabajar con la basura durante una mudanza», recuerda. Una casa de campo venida abajo lo impulsó a trabajar y llenó su tablero de dibujo de clavos, maderas y herramientas. «Un día un editor vio el trabajo y me ofreció hacer un libro sobre el concepto de la basura, pero yo no quería una cosa estereotipada, un 'cómo hacer', sino ofrecer un disparador de ideas.» (...)

«Cada uno puede crear lo que quiera, ahí entra el concepto de reciclar, porque en este consumismo las cosas se fabrican para que se rompan y sale más barato comprar algo nuevo que arreglarlo.» La cuestión, también, pasa por tomar conciencia de que el mundo se cubre irremediablemente de basura. «Cuando doy un taller para chicos aviso con meses de antelación que vayan juntando su propia basura, no quiero que lleguen y dáselas ya hecha, tiene que ser basura que tú limpies, guardes y un día decidas hacer algo con ella.» De cara a la educación de los niños, asegura, es «fabuloso».

(...) Otro tanto, afirma, sucede con el dibujo. «Es una herramienta para crecer y ser libre. No hablo de ser profesional, sino de ser libre», afirma. «Es muy importante que un niño tenga una libreta y apunte todo ahí, si preguntás a los dibujantes que desarrollaron carrera o llevaron sus trabajos a la televisión, la mayoría creó los personajes durante su infancia.» El no es la excepción. «Basurarte es una rama más del dibujo, una forma de trabajar con algo que aparece», señala y comenta que padres y profesores suelen dar instrucciones, pero no libertad. «No dan herramientas, sino que dicen cómo hay que hacer las cosas, y eso es una cagada, hay que dejar que los chicos hagan su propio proceso creativo», considera. «Ellos no tiene prejuicios sobre quién dibuja mejor o peor, eso es de los grandes, para ellos la cuestión pasa por si se aburren o no.» Los jóvenes sí se preocupan mucho por la técnica, observa en sus talleres, pero para él no es lo central. «Cuanta más técnica, sí, bienvenido, pero si no tenés algo para contar, es gratuito, a la tercera cosa que me muestres me aburrí, uno tiene un espíritu, una huella, una identidad que hay que encontrar y plasmar, y si la plasmás el público lo va a recibir y se va a identificar con ello», asegura, y destaca que abundan los grandes ilustradores que «no dibujan bien» pero «te emocionan hasta las lágrimas».

(...) Ser auténtico, encontrarse y mostrarse a uno mismo, esos son ejes del trabajo de Gusti, tanto en sus propias producciones como en lo que intenta transmitir en talleres y cursos. «Creo que cuando se habla de crecimiento se olvida esto, se racionaliza todo, cuando el dibujo es algo donde se pone mucho de uno, donde se ve el contexto, cómo te sentís vos emocionalmente. ¿Estás feliz? ¿Triste? ¿Qué querés? Todo eso se puede plasmar y cuando llegás a eso es mucho más honesto, que es lo que yo

busco», dice.

Por eso la palabra clave en su trabajo actual es «honestidad». Es el mismo motivo por el que se volcó a la lapicera y el anotador.

(...) Gusti está trabajando en un libro habla sobre Malco, su hijo. «El nació con síndrome de Down y para mí fue una experiencia muy potente», revela. «Así que estoy armando un libro que es como una serie de apuntes de situación, todos dibujos en libretas, con bolígrafos, y creo que es el libro de mi vida», afirma.

«El hecho de que haya nacido un niño como Malco me cambió la forma de dibujar, también», considera. «Antes era más perfeccionista, más preciosista y ya me aburrí de esa época.» Por eso empezó a alejarse de la computadora y se acercó otra vez a la sensación de la herramienta en la mano. «Es mucho más espontáneo, me encontré con que si las cosas no están del todo bien, no pasa nada», cuenta y dice que está «aceptando mucho», que lo que hace es «trabajar nuevamente dentro del papel, sin intermedios, haciendo lo que quiero». El proyecto lo ilusiona. A su trabajo con chicos con síndrome de Down, enriquecedor, cree que puede sumar este libro a inspirar también a sus padres. «Quizá hay muchos en la misma situación y les va a venir bien que cuente mi experiencia», confía. «Siento que con esto ya me puedo morir tranquilo, porque no es una cuestión de profesión, sino de vida plasmada, de experiencia, de honestidad. Y todo lo demás pasa a segundo plano.»

Entrevista completa:

<https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/18-28756-2013-05-27.html>

<https://gustiart.com/>

<https://www.facebook.com/gustillimpi>

Entrevistas

• Sensiblemente digital

Por Christian Montenegro, entrevistado por Fernanda Cohen

Con una formación inusual en historieta con Alberto Breccia –seguida por diseño gráfico en la Universidad de Buenos Aires–, el prolífico diseñador e ilustrador argentino Christian Montenegro se destaca por la calidez aplicada a sus ilustraciones de un orden estético meticuloso, barroco y futurista a la vez. (...)

Debe de tener algo que ver con esa filosofía tan presente en su vida, la que le transmitió a partir de sus tan sólo quince años, el venerado historietista uruguayo-argentino Alberto Breccia. «Breccia tenía un planteo filosófico que me influyó mucho, con una postura frente al mundo que lo daba todo. Con él, desarrollé un dibujo más expresionista, visceral... Si no fuera por esa experiencia, no tendría el uso de color que tengo cuando trabajo digitalmente».

En el 94, había empezado a trabajar para la revista adolescente de Para ti, entre otros medios editoriales, pintando todo en acrílico, a mano. Para el 97, la frustración de no poder ganarse la vida –bien, al menos– a través de la ilustración, lo derivó en una crisis que lo llevó a estudiar la carrera de diseño gráfico en la Universidad de Buenos Aires. «En la UBA empecé a entender la idea de un programa visual, cómo encaraban la gráfica con una formación de un carácter más sistemático. Con el tiempo, fui incorporando este aspecto nuevo para mí, combinándolo con algo más cálido, que traía de mi formación con Breccia». (...)

Christian refleja, claramente, el fenómeno que se da en nuestro país, donde la academia de ilustración recién se está empezando a establecer y, por ende, nuestros ilustradores son diseñadores gráficos, graduados de Bellas Artes, o autodidactas. Como consecuencia, la tendencia que domina el campo visual local tiene una fuerte base en el diseño. (...)

«A mí se me escapa qué define la diferencia entre ilustración y diseño. Lo que veo, es el que el diseñador es como un director de orquesta, mientras que el ilustrador puede ser un violinista virtuoso, convirtiéndose en alguien que aporta mucho, pero que no cierra el trabajo. Isol, Cristian Turdera, Diego Bianki, Daniel Roldán, Cecilia Afonso Esteves y vos (Fernanda Cohen) son fuertes referentes locales». (...)

LA ILUSTRACIÓN

Christian construye sus imágenes a base de figuras geométricas, como si saliera todo de una gran abstracción, que resulta en una síntesis amalgamada. «Una convención por la cual un juego de puntos, líneas y planos combinados, se pueden parecer a un pajarito». Ambos somos fanáticos de Saul Steinberg, conocido por el perfil conceptualmente filosófico y visualmente sintético de sus dibujos introspectivos, por lo cual, no me sorprende que su influencia intervenga en nuestra conversación. «Steinberg juega todo el tiempo con este tipo de código logrando que, dentro de un determinado contexto, un simple movimiento de pluma se convierta en algo verosímil. Es un simple juego de representaciones». Otros referentes en su trabajo, incluyen el expresionismo alemán, el director italiano Pier Paolo Pasolini, el cine soviético de 1920, y el legendario ilustrador argentino Carlos Nine.

Todo trabajo –sea personal o comercial–, Christian lo desarrolla a partir de un texto, entrelazando ideas, hasta concretar un concepto gráfico.

Entonces, comienza a dibujar en lápiz sobre papel –a la vieja usanza–, siempre tomando en cuenta que todas las formas que cree, deben ser compatibles con una eventual traducción vectorial en Illustrator. Una vez escaneado, vectorizado y coloreado, lo pasa a Photoshop, para hacerle la terminación de texturas. Y en lo que a la interacción con el cliente se refiere: «El oficio de ilustrador, para mí, es un diálogo, no se cierra en uno mismo. Todo se charla con el cliente, hasta llegar a un punto en común». (...)

Por otro lado, es un hecho tangible el que las marcas argentinas cada vez tengan más conciencia del uso de la ilustración para un contacto más «humano» con el consumidor, a diferencia de la fotografía, por ejemplo, que puede tener una percepción bastante impersonal. «Hoy, las grandes marcas usan ilustración, lo cual hace a la diferencia, porque nos expone a un consumo más masivo, permitiéndonos salir del nicho. De hecho, hace poco hice un juego para Ruibal, que se vende en mega supermercados y cadenas de jugueterías. Uno tiende a subestimar el nivel de la gráfica nacional, pero están apareciendo cada vez más empresas que se suman a este valor agregado».

Además de tener clientes que lo llaman por su estilo (sean sus ciudades, sus personajes o sus retratos), Christian también se destaca por generar trabajos de autogestión: «La autogestión surge de la necesidad de querer seguir creciendo. Si el mercado no me pide algo que me interesa hacer, lo propongo para que entonces me lo pida [...] A veces, el laburo comercial puede pesar, porque hacés cosas que no te interesan. Pero se da que hacer algo que no te interesa, te pueda llevar a hacer cosas que sí, y te sirva como ejercicio. Al principio, además, hay que hacer de todo un poco». A la hora de asociarse, siempre elige a pares en los que pueda confiar, que le den la seguridad profesional de que se van a comprometer tanto como él. (...)

Christian se considera un privilegiado por ganarse la vida como ilustrador, por más de que si recorremos su trayectoria, podemos ver que más que un privilegio, son años y años de dedicar su cuerpo, mente y alma a este oficio. Es la excepción, sin lugar a duda, como suele ser el caso en todas las artes en donde se es exitoso, por tratarse de un servicio que es un lujo, y no una necesidad. Pero él sabe bien lo que es estar del otro lado del mostrador, y esa sensación no se olvida más.

Algunos de sus proyectos más recientes, incluyen la Bial Arte Joven, organizada por la Ciudad de Buenos Aires, para la cual desarrolló 137 imágenes en tan sólo dos meses, que luego empapelaron la Ciudad. El desafío más grande de este proyecto fue construir un sistema visual que interactuara con el usuario, cosa que la combinación de diferentes partes resultara en un sinfín de nuevas imágenes.

Otro proyecto recién salido del horno es su último libro, «Cocorocó», con textos de Didi Grau, y editado por Pequeño Editor. «Es un texto que relata una sumatoria de personajes que se van encastrando. Hice un sellito diferente para cada uno, que se suman e interceptan a medida que pasan las páginas, para volver en círculo a cero».

Entrevista completa:

http://90mas10.com/2014/10/22/christian-montenegro-sensiblemente-digital_4585/

<http://christianmontenegro.com.ar/>

