



LA BIBLIA DE LA ILUSTRACIÓN MODERNA

LAS FANTASÍAS DIBUJADAS DE HOY NO GUARDAN LOS MANDAMIENTOS DE NINGUNA MODA. LA LEY DEL TODO VALE IMPONE LA HETERODOXIA EN UN VOLUMEN EN EL QUE LO IMPORTANTE ES EL ESTILO. NOS QUEDAMOS CON LOS QUE EVITAN EL ESTETICISMO Y EL PHOTOSHOP Y PREFIEREN EL BOLÍGRAFO Y UNA SENCILLEZ NADA IMPOSTADA. EL RESTO, EN «ILLUSTRATION NOW 2»



Era de esperar: el todo vale que impera en la moda, en la televisión y hasta en la política nacional (la típica *tendencia* que define un siglo) guía los trazos de la ilustración de hoy, absolutamente libre en cuanto a los estilos que practica. Basta una simple ojeada a las más de 300 páginas de *Illustration Now 2*, el volumen publicado por Taschen que pone los límites de la creación contemporánea en este campo, para advertir que los clientes admiten de todo. A posibilidades tecnológicas casi ilimitadas, ilimitados estilos, desde el clasicismo estadounidense hasta el manga japonés; del esteticismo extremo al feísmo o el aparente amateurismo; del *Illustrator* al *bolí Bic*.



1

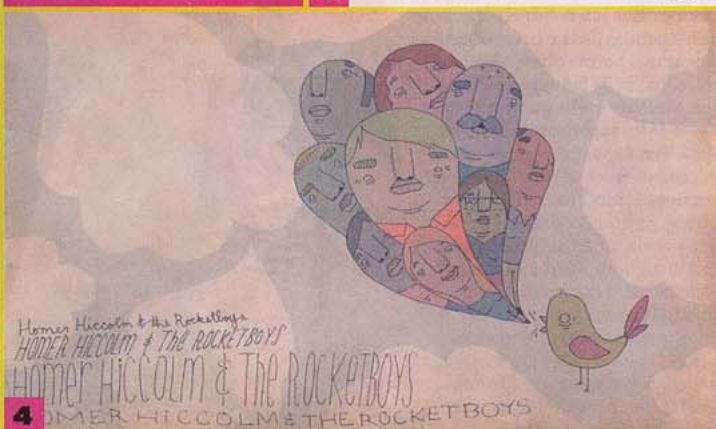


2



3

1. «MOLESKINHO», DE LA ILUSTRADORA DE SAO PAULO ELISA SASSI (WWW.ELISASASSI.COM). 2. «I'M GOING TO MISS THESE WALLS», DE LA BRITÁNICA NINA CHAKRABARTI (WWW.NINACHAKRABARTI.COM). 3 Y 4. PÓSTERS DEL FREESTATE FESTIVAL OF THE ARTS Y DE LA BANDA HOMER HICCOLM & THE



4



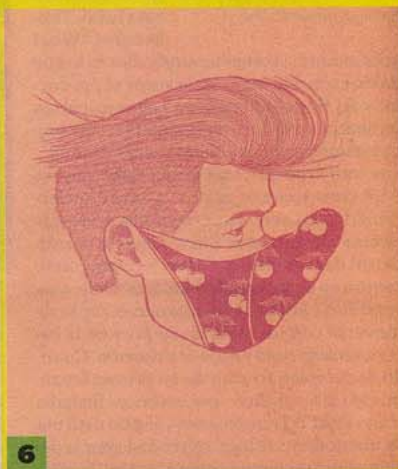
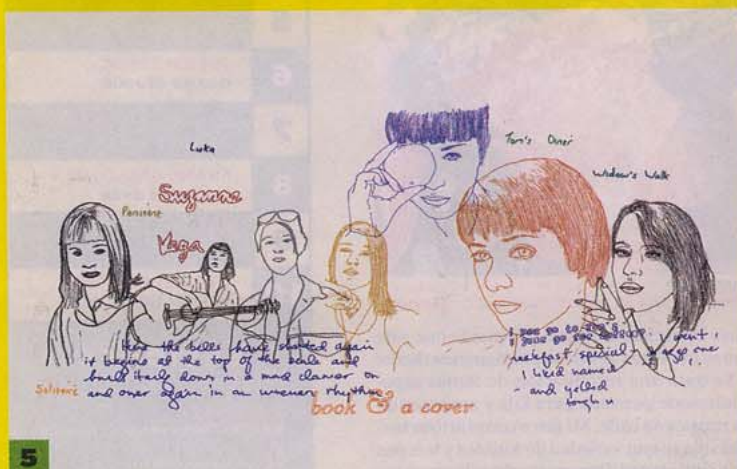
En la selección que acompaña estas líneas, rastreamos la influencia de lo urbano, el trazo aparentemente imperfecto y hasta (deliberadamente) sucio y un gusto general por la sencillez técnica y estética que practican algunos de los creadores más jóvenes e innovadores. El compilador de los 150 autores, Julius Wiedeman, brasileño, diseñador gráfico y director de arte de distintos proyectos editoriales y digitales en Tokio, pone sobre el papel el debate del estilo en una interesante conversación entre Steven Heller, especialista en diseño de la Escuela de Artes Visuales de Nueva York, y Christoph Niemann, ilustrador alemán, que prolo-

ga la sucesión de artistas. El primero sostiene que, en un panorama tan ecléctico, no es absolutamente necesario definirse estilísticamente: «Los ilustradores llevan su estilo como si fuera un abrigo que usan durante varias temporadas, añadiéndole accesorios para mantenerlo al día». Por el contrario, Niemann opina que aún resulta preciso crearse una identidad fuerte e identificable para ser llamado por las marcas comerciales: «El 80% de los encargos depende exclusivamente del estilo».

En la charla quedan otros debates e ideas que contextualizan los trabajos que se ven a continuación: «El ilustrador debe entender el contexto; el artista no necesita

preocuparse en absoluto por la audiencia», apunta uno; «Como ilustrador y como consumidor de ilustraciones, creo que es el campo visual más excitante hoy por hoy: la interpretación más inmediata del mundo en la actualidad», concede el otro. Y, como remate, un aviso para navegantes: «En el futuro, no será posible hacer carrera con uno o dos trucos, llamémosles estilo, voz o un particular sentido del humor». Un prólogo muy esclarecedor que permite al lector comprender el momento filosófico que debe asumir el ilustrador a la hora de diseñar su portfolio o cumplir con sus encargos.

Illustration Now 2 está editado por Taschen. Precio: 29,99 €. LOLA FERNÁNDEZ



ROCKETBOYS, DEL ESTADOUNIDENSE RYAN FEERER (WWW.MURKVILLE.COM). 5. «SUZANNE VEGA 2007», DEL LONDINENSE RODERICK MILLS (WWW.HEARTAGENCY.COM). 6. «DICK HEAD 2007», DEL JAPONÉS HIROSHI TANABE (WWW.LARKWORTHY.COM). 7. «ALL HAIL SILAS», PÓSTER DEL LONDINENSE JAMES JARVIS (WWW.STUDIOJARVIS.COM). 8. «VANDAL 1985», CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA NIKE DEL BRITÁNICO BILLIE JEAN (WWW.BILLIEJEAN.CO.UK).

