

La libertad es contar historias

Son dispares pero su obra simboliza como ninguna la decisión de expresar, llegar al público y crear un mundo visual propio. Desde las playas de la Costa Oeste o las calles de Nueva York, son un conjunto de ilustradores clave para entender el siglo XX. Sus trayectorias ofrecen un soplo de libertad creativa que ha calado profundamente en el imaginario del diseño actual.

La ilustración es el medio que mejor acompaña y formaliza uno de los impulsos más profundos de la especie humana: narrar historias. Por eso ejerce una gran atracción en cualquiera de sus manifestaciones: una viñeta, una tira gráfica, un libro, un anuncio, una imagen decorativa sobre la superficie de una tabla de surf, un cartel o la pintada en un muro. La ilustración es el lenguaje más abierto y más vivo, y que mejor soporta la prueba y el error, quizá porque estos son sus elementos constituyentes. La ilustración es el medio más independiente de modas, tendencias y constricciones de estilo o tema. Es el espacio de la libertad y, si además de ello, extiende sus formas y colores sobre un compromiso con la sociedad, la cultura y la gente, la ilustración se transforma en un ámbito poderoso, con algo genuino, con un aura de verdad.

Amplio y heterogéneo, el género ilustrado es el territorio de creación –y de lucha y de vida, en muchos casos– de centenares de artistas. Aunque clasificarlos resulta un intento difícil, es posible detectar algunas líneas principales. Unas corrientes de estilo, de intención o simplemente marcadas por cada momento histórico. Unos puntos de fuga que, sencillamente, ayuden a entender por qué la ilustración ejerce una influencia tan acentuada en la obra contemporánea de creadores como Alex Trochut. Aunque el mismo Alex relativice hoy esa atracción –“los grandes ilustradores que me gustan siempre están ahí, pero ya no como guía sino simplemente como un hito importante en la configuración del propio universo visual”–, lo cierto es que figuras como Rick Griffin, Art Spiegelman o Kaws representan valores profesionales de gran interés: la actitud independiente, la capacidad de generar un discurso propio, la participación en el contexto desde una voluntad transformadora, la apertura de nuevos caminos creativos...

En términos estrictamente gráficos, la influencia de cinco o seis creadores destacados se origina en la infancia y en adolescencia, el momento de descubrir y empezar a sedimentar el propio mundo de imágenes referenciales. Quizá por ello ese magnetismo de antes pervive sólo como un cúmulo de sensaciones entre el recuerdo y el cariño por los inicios de la propia carrera, cuando Alex reconoce haber sentido la fascinación por lo concreto: los motivos representados, el tratamiento gráfico de las letras, la acción, la literalidad, en definitiva. Estas líneas presentan un escueto recorrido por las vidas y obras de esos ilustradores, que es también un itinerario a lo largo de cuatro décadas. La narración empieza en la costa oeste de Estados Unidos a principios de los años 60.

El fulgor de California

Al calor de la masiva expansión de la clase media, la cultura surf del sur de California vivía hacia 1960 su apogeo. Una de las principales manifestaciones de este auge fue la revista *Surfer*, donde en 1961 empezó a colaborar un joven surfista de tan solo 17 años llamado Rick Griffin. Rick se estrenó dibujando tiras cómicas protagonizadas por Murphy, un personaje que acabaría convirtiéndose en icono popular. En las primeras obras de Griffin ya se intuye las principales coordenadas de su trayectoria como ilustrador: el talento para llegar al público y una mezcla de vida y arte consustancial a una época de intensa transformación cultural. Poco después de alcanzar el éxito comercial con Murphy entró en CalArts, la mítica escuela de arte y diseño del área de Los Angeles donde tomó parte en varias iniciativas artísticas y donde conoció a su mujer, la artista e historiadora Ida Pfefferle. Juntos se establecieron en San Francisco justo cuando estaba a punto de eclosionar la escena hippie. De hecho, Rick fue uno de los protagonistas del llamado “Verano del amor”, toda la sucesión de acontecimientos contraculturales que tuvieron lugar en la ciudad a lo largo de 1967. El cartel que creó para el festival Human Be-In –conocido como “El encuentro de las tribus”– fue una toma de posición clave a nivel ideológico y estilístico. La revolución no había hecho más que empezar y Griffin sería uno de sus abanderados visuales.

En los últimos años de la década, Rick Griffin desarrolló una actividad creativa frenética, con encargos para bandas de rock, artistas, colectivos y revistas. Como referentes principales, tomó arquetipos propios de la cultura de los nativos americanos y, por supuesto, sus orígenes, la estética del surf. A estos ingredientes incorporó la imaginería colorista e irreal de la psicodelia, un lettering fluido absolutamente innovador y motivos insólitos de gran radicalidad icónica, como escarabajos, calaveras, guerreros indios y globos oculares alados. Usando todos estos elementos y premisas creó de todo y sin parar, como miembro destacado de los Big five, los cinco diseñadores principales de la escena de San Francisco. Entre su vasta producción de esos tiempos intensos, destacan carteles de los conciertos de los legendarios Jimi Hendrix y Albert King, el logo original de la revista *Rolling Stone* y varias carátulas para la banda *Grateful Dead* que hoy forman parte de la historia del diseño. Sus propuestas gráficas llevaron el diseño del rock psicodélico a nuevas cumbres creativas. En paralelo, hizo sus primeras incursiones en el mundo del comic, colaborando entre otras con la revista *Zap*, fundada por Robert Crumb en 1968.

Más adelante Griffin regresó al sur de California y experimentó una conversión espiritual al cristianismo, lo que marcó su trabajo hasta el punto de abrir una nueva etapa artística estrechamente vinculada con la emergente música cristiana. También retomó su relación con el surf y viajó por Europa –hacia 1976 estuvo surfeando en Mundaka, en la costa vizcaína–, donde su obra ya gozaba de un gran aprecio entre el público y la crítica de arte. Rick falleció en 1991 como consecuencia de un accidente sufrido con su Harley.

Entre los muchos creadores a los que influyó la vida y la producción de Rick Griffin es obligado destacar a otro distinguido californiano, Jim Phillips. Alma creativa de la firma

de skateboards Santa Cruz, Phillips se asocia principalmente a ese mundo del skate, conectado con el surf pero también con corrientes estrictamente urbanas. Desde finales de los 70 y sobre todo en la década siguiente, los diseños de skates de Jim para Santa Cruz generan una auténtica ola de entusiasmo que él vincula a haber sabido captar y responder a las necesidades estéticas de un nuevo público: “Cuando los punk rockers, gente como Rob Roskopp, entraron en el skate, demandaron otra gráfica, con un tono en línea con sus gustos”. Así es como aparece todo un estilo más crudo, más contundente y agresivo y, por encima de todo, dotado de mucho más ruido visual. A Phillips, que también realizó ilustración para cómics, se deben iconos tan conocidos como el Neptuno que creó para Jason Jesse, el Slasher, un monstruo verde creado para el skater homónimo, Keith Slasher, o el terrorífico rostro que decoraba una serie de tablas para Roskopp. También recreó el símbolo del flying eyeball, el ojo volador que ya había aparecido en algunos carteles de Griffin. En todos los trabajos de Jim Phillips destaca la maestría en el dibujo y el dominio del espacio plástico, factores que puso al servicio de una comunicación muy directa, muy próxima a sus consumidores, muy afilada, muy prolija en referentes, y por todo ello, elevada pronto a la categoría de imagen de culto.

El underground sale a la luz

Mientras tanto, ¿qué sucedía en el otro extremo de Norteamérica? Mientras los hippies y los surfistas y luego otras estéticas urbanas ligadas al aire libre imperan en las playas y parques de California, ¿qué se cuece en términos de cultura visual en los interiores de Nueva York? La respuesta nos lleva a los tonos negros y el contenido descarnado del cómic underground. Sexo, drogas, la revolución social y rock y, en general, todo lo que olera a trasgresión eran los temas dominantes de la nueva historieta gráfica que alcanza su gran momento en los años 70, con autores como Crumb, Víctor Moscoso o Gilbert Shelton. Una década más tarde, los contenidos se vuelven más sutiles y complejos, y los autores prestan una mayor atención al dibujo. Esta época, que ve el nacimiento de las revistas Weirdo –también creada por Crumb– y Raw –de Art Spiegelman y Françoise Mouly–, culmina con la gran obra de Spiegelman, el mundialmente famoso *Maus*.

Precisamente Spiegelman protagoniza la pequeña historia de Wacky Packages, un conjunto de imágenes burlescas que, usando gran parte de los códigos del cómic underground, han marcado la formación visual de muchos diseñadores y artistas del presente. Los Wackies son series de tarjetas que mediante la ilustración descarnada y paródica, y un tratamiento textual sarcástico, se mofan de los productos más populares. Formalmente, representan una modélica mezcla de ilustración e información, con texto e imágenes bien complementados en el objetivo de transmitir un mensaje de fuerte carácter crítico con la sociedad de consumo. Un spin-off de los Wacky Packages es la serie de Garbage Pail Kids, ideada también por Art Spiegelman y producida por la empresa de golosinas Topps, donde éste trabajó durante más de 20 años. En este proyecto de La Pandilla Basura –como los conoció la generación de Alex Trochut, crecida en la España de los 80 y primeros 90–, Spiegeleman dirigió a ilustradores como John Poud, Tom Bunk o James Warhola. Los adhesivos parodian las populares muñecas Cabagge Patch Kids. Con un aspecto insolente y fresco, muestran a personajes de

nombre caricaturesco con algún defecto cómico o en situaciones grotescas. Su lenguaje gráfico descarado los convirtió en pequeños mitos de las corrientes populares más cercanas a lo alternativo.

Arte en las calles

El último viaje nos lleva a las calles del Nueva York de los 90, donde descubrimos las intervenciones de KAWS en el espacio público. Con unos inicios en el graffiti –en los primeros años 90, su firma depurada es una de las marcas más aplaudidas por todo aquel que participa de esta forma de expresión–, KAWS (pseudónimo de Brian Donnelly) encarna la consolidación de una nueva circunstancia cultural: el hecho de superar definitivamente las áreas cerradas, los ámbitos circunscritos y definidos por unos límites metodológicos específicos. Esta realidad, propia de un escenario post-Pop, implica una democratización de formas, productos, procesos y también experiencias estéticas. No importa el cómo sino el qué. Esta supresión de las categorías formales deriva en una idea potente: cualquier medio vale para el objetivo de expresar. El arte visual es, ante todo, comunicación.

Todos estos significados aparecen con fuerza cuando KAWS emprende su famosa apropiación de los medios publicitarios que saturan el entorno urbano. Logra hacerse con una herramienta especial para abrir opis, maquinas y demás dispositivos, y empieza a sustraer los anuncios impresos para intervenir sobre ellos y devolverlos transformados en mensajes diferentes. Realiza este tratamiento sobre el anuncio preexistente pintado sus características máscaras o sus colas de serpiente, lo que ofrece nuevas formas de interpretación de la publicidad. En definitiva, KAWS se sube a un proceso publicitario en marcha para coger las riendas y marcar un rumbo hacia interpretaciones desconocidas.

Cualquier símbolo, icono e imagen de la sociedad mediática y publicitaria es susceptible de merecer la particular transformación de KAWS. Su punto de mira, global e impredecible, se ha fijado en los anuncios de la calle, en las revistas y la televisión, en la moda, en el diseño industrial, la escultura e incluso la decoración de tablas de skate – un ámbito, por cierto, en el que se declara admirador de Jim Phillips. En sus variados proyectos, ha conseguido traspasar la línea entre el arte y la mercancía producida industrialmente. Sus obras, que debieran calificarse mejor de “productos” ltrasladan su imaginario a un público amplio, desde luego más masivo que las audiencias tradicionales del contexto arte.

Quizá la estela profunda que ofrece KAWS, como los demás creadores visitados en estas líneas, es guardar un espacio al misterio, a lo inesperado, al resquicio abierto a la interpretación del lector, convertido así en agente que crea o modula el sentido de la obra. Con ellos, la ilustración deviene definitivamente una performance, en el sentido que suscita la participación de la audiencia en la creación de una experiencia. Griffin y toda la escuela del surf, los autores de comic underground, los artistas alineados con la

cultura callejera y hip hop... refuerzan el sentido de pérdida de perfección en favor de la libertad creativa e interpretativa, que en ellos es una sola.