arte facto

Revista virtual de todas las artes

AÑO 3 # 40 - Marzo 2011

Portafolio

Ester García a todo color

El arte de una joven ilustradora española

EN ESTE NÚMERO:

Entrevista

El humor Martirena

Uno de los más importantes humoristas cubanos nos cuenta sobre su trabajo y su visión del humor actual en la isla

Homenaje

Adiós al maestro Ferro

Murió el gran creador de historietas argentinas

Diseño

¿Plagio en Río 2016?

Todo sobre el escándalo de una supuesta copia

Historieta

Los 75 años de Ibáñez

El padre de "Mortadelo y Filemón" sopla velitas

Además:

Noticias, concursos, datos, webs, blogs, libros, revistas, etc.

“El humor está en nuestro subconsciente”

Alfredo Martirena es quizá uno de los más prolíficos y creativos humoristas cubanos. Afincado en su querida Santa Clara, publica en innumerables diarios y revistas de su país y el extranjero. Con él conversamos aquí.

Entrevista: Omar ZEVALLOS

-¿Qué es el humor para ti?
Es una pregunta recurrente a cada dibujante y la respuesta es casi siempre la misma, para los que nos dedicamos profesionalmente a hacer humor gráfico, este forma parte de nuestras vidas, todo lo observamos desde un prisma humorístico a veces hasta en momentos dramáticos, el humor está en nuestro subconsciente, creo que a muchos dibujantes les ha pasado que hasta en sueños se les ocurre una idea, en mi caso cuando despierto la anoto de inmediato, claro, si la recuerdo…

-¿Cuál es el punto de partida para iniciar tu trabajo?
Tengo una rutina, me levanto y estoy más de una hora mirando noticias en internet, visito los diarios nacionales y luego me voy a periódicos importantes de algunos

> “Creo que ha muchos dibujantes les ha pasado que hasta en sueños se les ocurre una idea”

arte facto

Es una publicación mensual dedicada al quehacer artístico en nuestro país y del mundo.

Editor
Omar Zevallos Velarde

Colaboradores

Carlos Alberto Villegas (España)
Nando (Argentina)
Pepe Sanmartín (Perú)
Gabriel Rodríguez (Perú)
Pedro Paredes (Canadá)
Jorge Paco (Arequipa)

Contacto omarzev@gmail.com

Hecho el Depósito Legal
en la Biblioteca Nacional del Perú:
2009-01995

Razón Social: Omar Zevallos
Dirección: Calle Guillermo Peratta 235
Surco, Lima PERÚ.

Edición Nro. 40

Gracias a
http://artefacto.deartistas.com/
que nos brinda su hosting para colgar la la revista.

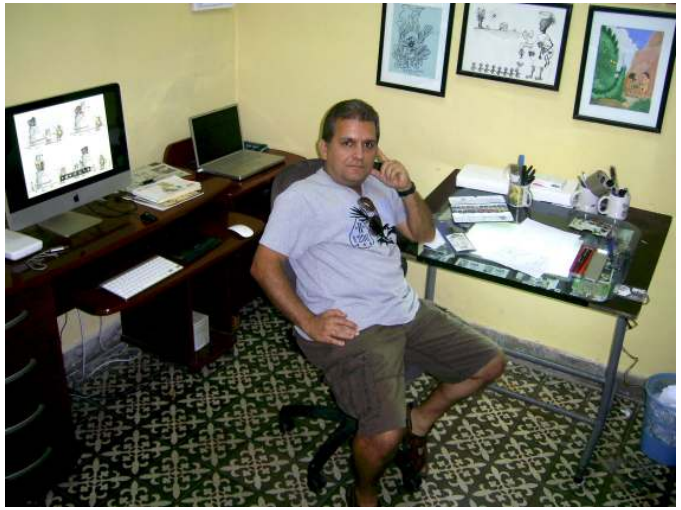
países, ahí van saltando las noticias más significativas y a veces cuando hay suerte, aparece el primer chiste de la mañana.

-¿Cómo abordas el papel en blanco?
No le temo, a veces me pongo a abocetar escenas sin tener un chiste, a veces anoto las ideas cuando estoy en algún sitio o reunión innecesaria, luego hago varios dibujos sobre la misma idea y al final me quedo con el mejor, creo que el secreto es no pararse ante la hoja en blanco, romper el hielo, las ideas irán fluyendo de menor a mayor en cuanto a calidad, pero al final del día sin dudas habrá un resultado.

-¿Qué técnicas utilizas?
Dibujo siempre en papel, no utilizo lápiz, empleo un boli, esto me proporciona mayor soltura en el dibujo, luego que tengo el boceto apropiado, enciendo la caja de luz que tengo en mi mesa de trabajo y lo copio a un papel en blanco con alguna pluma o un art-pen, esto facilita que el trabajo quede limpio y ahorro el tiempo de usar la goma. La caja de luz te permite dibujar libremente y solo guiarte por el boceto en lo elemental.
Terminado este proceso, escaneo el cartón a 300 dpi a línea y lo llevo a Photoshop donde le doy color y muchas veces hago la terminación del dibujo, todo auxiliado por mi tableta WACOM.

-¿Crees que tu dibujo ha tenido alguna influencia?
He tenido gran influencia de dibujantes, en mis inicios la tuve de mi amigo y colega de "Melaito", Panchito, excelente dibujante costumbrista, que prácticamente me introdujo en el mundo del humor gráfico, Ajubel, que curiosamente también fue plantilla del colectivo,

MARTIRENA



5 PREGUNTAS al vuelo

1 **¿Qué obra de arte tendrías en tu casa?**
El Guernica de Picasso.

2 **¿Qué libro de arte te marcó?**
El Gran libro de la acuarela de J.M. Parramon.

3 **¿Dibujas con música?**
Invariablemente!!!

4 **¿Cuántos libros de humor tienes publicados?**
Tres libros, el primero en 1987,"De oreja a oreja" por la editorial Pablo en Cuba, en 2003 "Humor in vitro" editorial "El batracio" 2008 "De vuelta y vuelta", por Naussica editorial, también en España, Además ilustre 2 infantiles para Grupoeditorial 33 de Málaga España.

5 **¿Harías dibujos animados?**
Encantado volvería a hacerlos, tengo con el ICAIC en Cuba 14 cortos que llaman Filminutos.

ha estado presente en mi trabajo, de hecho consulto muchas cosas con él en la actualidad aprovechando nuestra amistad, además está Manuel, antiguo integrante del DDT al cual admiro por su versatilidad y exquisito sentido del humor.
Internacionalmente como casi todos me sentí atraído por la línea del maestro Quino, el maestro Fontanarrosa a quien tuve la dicha de conocer, y en España he estado muy pendiente del trabajo de El Roto y Forges.

-Tienes una enorme capacidad de trabajo ¿se puede hacer humor sobre cualquier tema?
Creo que todos los temas dan humor, tengo un amigo caricaturista que dice que se le puede sacar humor hasta a las piedras, siempre siguiendo la premisa de que este sea creíble, exagerado pero debe tener un fundamento real o fracasara, he hecho dibujos sobre temas difíciles generalmente relacionados con política, en ocasiones he sufrido al "filtrar", que es como llamo al momento de la creación de un chiste, pero al final logro vencer la tarea, el secreto está en buscar las aristas de los temas, meterse

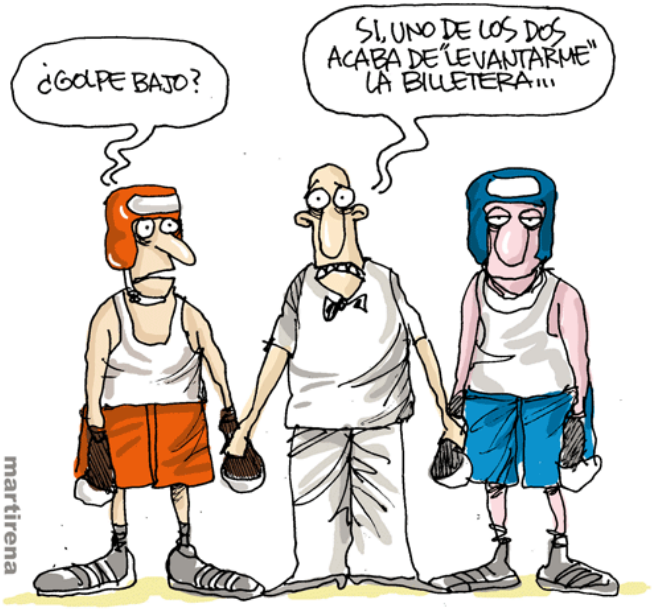
"Me inclino hacia el costumbrismo, el humor sobre pareja y sus problemas"

dentro de ellos desde una perspectiva humorística, sin forzar la idea.

-¿Qué tipo de humor es el que prefieres hacer?
Me inclino hacia el costumbrismo, el humor sobre la pareja y sus problemas cotidianos, es algo que lo hago con mucha facilidad, disfruto también con el humor negro y a veces pienso que es macabro estar en un sitio como una funeraria pensando en las situaciones desde el ángulo humorístico, esto me apena, pero es inevitable.

-¿Cuánto ha cambiado tu trabajo?
UFF!!!, creo que mucho, las nuevas tecnologías han tenido un gran peso en ese cambio, Internet te da la posibilidad de ver con relativa facilidad lo que hacen otros dibujantes en diferentes países y ponerte a tono con las temáticas las corrientes del humor gráfico actual, trabajar desde Photoshop con sus increíbles ventajas le dan una terminación profesional al dibujo, a esto súmale los años de oficio (cumplí 27 en marzo) he depurado la línea, estilizando el dibujo y los textos, a veces miro mi primer trabajo, tan precario y publicado en "Melaito" que en 1984 estaba en su pico de popularidad y es entonces cuando agradezco a Pedro Méndez, director de siempre de esta publicación, la confianza que tuvo al darme la oportunidad de participar junto a ellos en el proyecto.

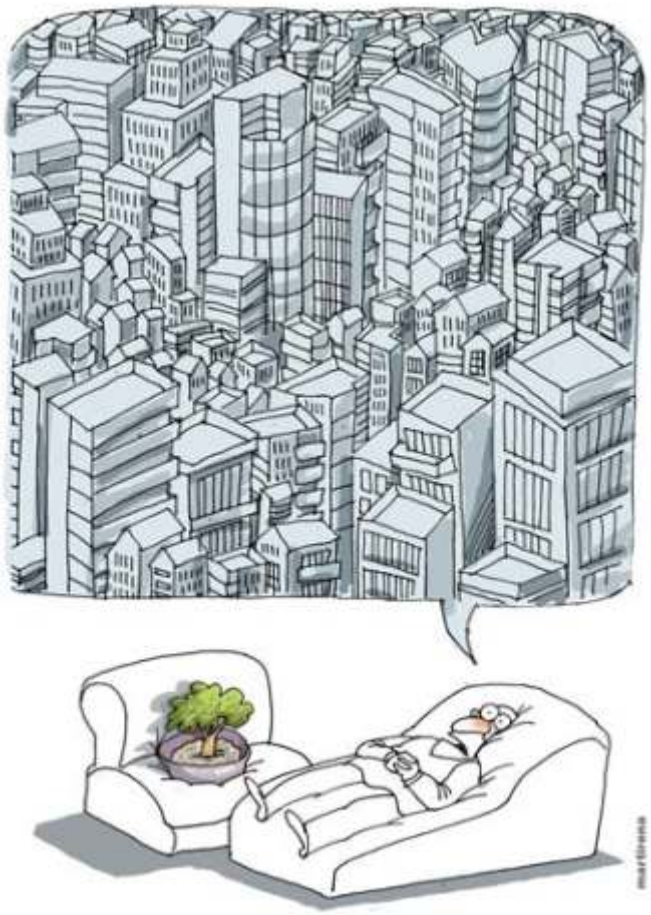
-¿El humor gráfico cubano ha evolucionado?
Creo que sí, hubo una etapa de estancamiento,



más que todo por la crisis de los 90 que afectó a todos en Cuba, pero en la poligrafía fue dramático el impacto, cerraron espacios en fin, se perdió un poco la continuidad, por suerte las publicaciones establecidas se mantuvieron, eso si con reducción de tirada y frecuencia.

> "Creo que nos falta un largo camino por avanzar en el humor político en Cuba"

Actualmente hay una nueva oleada de jóvenes que han encontrado espacio principalmente en la publicación, "La calle del medio", esta dedica dos páginas al humor gráfico en un espacio que titulan "La Ubre" editado por Zardoya y Ares, allí se mezclan los dibujos de caricaturistas consagrados con artistas noveles, además la publicación se edita a color y esto la hace más atractiva al público lector. Por otra parte se puede apreciar esta evolución en la participación de humoristas cubanos en salones internacionales y los premios



obtenidos por éstos.

-¿Crees que el humor político en Cuba es complaciente?

Creo que nos falta un largo camino por avanzar en el humor político en Cuba, partiendo primeramente de que no existen espacios en las publicaciones para él, se utiliza pero no de la forma que deberíamos, está mayormente volcado a temáticas internacionales, conflictos globales, climáticos etc., nos falta adentrarnos más en la política doméstica, nuestros problemas e insuficiencias, el diario nacional Granma, últimamente lo ha abordado de la

mano de Pedro Méndez, pero no se mantiene un espacio fijo lo cual es vital para el dibujante que lleva la sección y para el lector que la sigue.

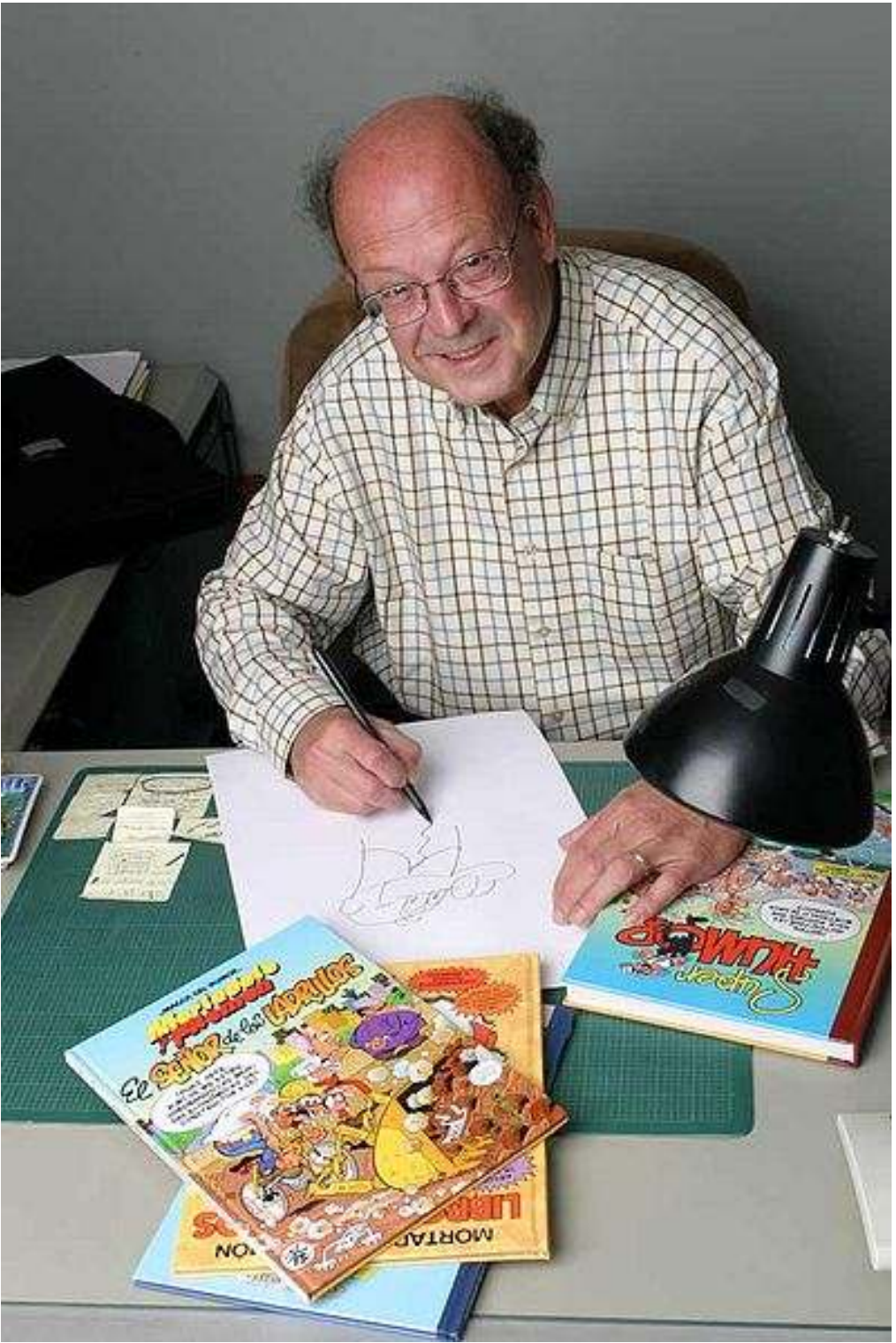
-¿Has sufrido censura por alguna caricatura?
No, en todos estos años no puedo afirmarlo.

-¿Te has autocensurado?
Sí, creo que es la razón por la cual no he sentido censura, hay ideas que se me ocurren y se que no serán publicadas, tal vez por la interpretación errónea del editor de turno o por la política que sigue la publicación en ese momento.
En "Melaito" hemos tenido libertad total, mas aun en los últimos años, hemos publicado chistes que ninguna otra publicación en Cuba se ha atrevido y no hemos recibido recriminación por ello, si digo lo contrario miento, un ejemplo de esto es el evento de humor erótico que desarrollamos en nuestra ciudad de Santa Clara, es de carácter internacional y participan cientos de dibujantes con chistes de temática sexual a veces bastante fuertes, cuando estos han sido premiados, sus trabajos se han publicado en "Melaito" sin reacción adversa.

-¿Qué ha significado el famoso "Mealíto" en tu carrera profesional?
Como puedes ver he pasado parte de la entrevista hablando de la publicación, llegué a ella a los 18 años, los dibujantes fueron mis colegas, mis hermanos y mis padres, en "Melaito" ya lo ha dicho Pedro antes, somos una gran familia y creo que eso nos distingue por encima de otras cosas, ahí también esta la clave de poder hacer el humor fresco y desenfadado que realizamos, estar en Melalito es como estar en casa.

-¿En cuántos medios publicas?
Con las crisis ya no en tantos, algunos espacios han cerrado y otros han abierto pero con tiradas espaciadas, en Cuba publico semanalmente un dibujo en la contraportada de el diario Juventud rebelde, en "Palante" de tirada mensual se publica la tira "COMPADRES" así como otros cartones de humor general, mis dibujos se publican mensualmente en "La Ubre", suplemento de "La Calle del medio" y tengo un espacio fijo en el sitio digital Cubahora. Internacionalmente colaboro desde hace años con el suplemento "ALACRAN" que se edita semanalmente, junto al El Nuevo Diario en Nicaragua, en Ecuador esporádicamente con el diario "El comercio", y su suplemento "Ultimas noticias", en México con "Humoriscausa", que edita nuestro colega y amigo Kemchs contra viento y marea, en España con "el Batracio Amarillo editado en Granada, "Monográficos" la revista "AMANIACO" y el periodico editado en Madrid "Diagonal" de tirada quincenal.
Digitalmente tengo una viñeta diaria en "Diario Siglo XXI, una viñeta semanal en la revista cultural Atticus y con igual frecuencia en "Estafador" e "Irreverendos". ■

> "Hay ideas que se me ocurren y se que no serán publicadas y no las hago"



Los 75 del gran IBÁÑEZ

Los entrañables personajes “Mortadelo y Filemón” ya forman parte de la vida de los españoles y su creador, el genial dibujante Francisco Ibáñez sigue produciendo aun en su cumpleaños número 75.

Escribe: Francisco Felipe GUZMÁN

El gran Francisco Ibañez, creador de los ya imperecederos agentes de la T.I.A. “Mortadelo y Filemón”, cumple 75 años de edad. Un día muy especial para uno de los artistas más afamados del cómic español y que, según confesó ayer mismo en una entrevista a la Agencia EFE, lo celebrará en su estudio haciendo lo que mejor sabe: dibujando nuevas historietas.

Ibáñez explicó que “Mañana me va a tocar trabajar bastante rato, como toda mi vida, y así seguiré mientras tenga inspiración delante del papel, porque no hay musas que valgan, sino poner los codos en el tablero hasta que, al final, brota la historieta.

Y menudas historietas han salido de su imaginación. Personajes tan conocidos como Rompetechos, el botones Sacarino, o Pepe Gotera y Otilio, sin olvidar los otros muchos que conforman el bloque del

“13 rue del Percebe”, han inundado los quioscos y librerías de España entera desde hace décadas.

Este dibujante nacido en Barcelona el 15 de marzo de 1936, cuenta el secreto de su éxito como autor de los cómics patrios más populares –en especial los de “Mortadelo Y Filemón”– y que han enganchado a pequeños y adultos durante años.

“Mi éxito se debe a una sola palabra: guión, guión y guión, porque, aunque yo admire mucho a los dibujantes, el lector no nos pide obras de arte que puedan estar en el Museo del Prado, sino una trama bien lograda” aseguró Ibáñez.

Y sigue insistiendo, “yo el guión lo cuido muchísimo y siempre procuro tratar temas de rabiosa actualidad, como los Mundiales y las Olimpiadas, y ahora mismo estoy

“Mi éxito se debe a una sola palabra: guión, guión y guión, porque el lector no nos pide obras de arte sino una trama bien lograda”

preparando un Mortadelo titulado “Jubilación a los 90”, en referencia a la polémica ley de ampliación de la edad de jubilación hasta los 67 años.

Sin embargo, y a pesar de las ácidas críticas envueltas en graciosas historietas

que el autor dibuja, Ibáñez no tiene la menor intención de jubilarse de momento y siempre que el público le siga otorgando su apoyo. “a seguir, a seguir, a seguir, con contrato indefinido hasta que la gente se aburra de mí, porque no hay contrato que valga si el público no responde” explicó durante la entrevista.

El artista español dijo además que “si exceptuamos los achaques, estoy como una rosa” y en su opinión, personajes tan entrañables y patosos como son “Mortadelo y Filemón”, tienen vida para

rato, y no le importaría que siguiesen adelante una vez que el ya no estuviese, aunque no está muy seguro de que eso vaya a ocurrir. “No tengo ninguna manía con eso, pueden continuar, ya que en la parte gráfica hay excelentes dibujantes, pero es más difícil el guión, que es más personal…ya fracasaron en mi antigua editorial cuando buscaron a otro guionista, y yo creo que costaría encontrarlo; aunque por mí, que continúen”.

Hoy se cumplen 75 años del nacimiento de Francisco Ibáñez, convertido desde hace mucho tiempo en uno de los historietistas más importantes de España y uno de los más prolíficos autores que nos ha dado nuestra tierra. Se hizo con el Gran Premio Salón del Cómic al conjunto de su obra en 1994” y con la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes en el año 2001.

> “Ibáñez es uno de los historietistas más importantes de España y uno de los más prolíficos autores que ha dado ese país”

Ibáñez afirmó que “los premios son muy bonitos”, que tiene miles de ellos, “pero que cada persona” es un premio para él. Sin embargo, para el aquí abajo firmante, el mayor premio ha sido, sin duda, su larga y extensa obra. Una obra gracias a la cual hemos llorado de risa con las mil y una aventuras de “Mortadelo y Filemón”, con las vidas de los vecinos del “13 rue del Percebe”, con los cómics del cegato Rompetechos, con el incorregible botones “Sacarino” y con los dos chapuzas de tomo y lomo más conocidos de España “Pepe Gotera y Otilio”.
¡Feliz cumpleaños Ibáñez¡ ■

ESTER

a todo color

Una joven ilustradora española llamada Ester García ha empezado a mostrar todo su talento en el mundo de la ilustración infantil, con una técnica depurada en el uso del pincel, los lápices de color y el acrílico. Aquí una pequeña muestra de su interesante portafolio, con sus bocetos y dibujos a todo color.

“Ella nos introduce a su propio mundo de fantasía a través de sus bellas y suaves ilustraciones llenas de color y creatividad”

Río 2016 ¿PLAGIO?

La polémica se desató apenas se conoció al diseño ganador de la marca de los Juego Olímpicos de Río 2016, pues los detractores acusaron de plagio al grupo ganador y argumentaron varios ejemplos. Aunque los creativos han desmentido tales acusaciones, el diseñador peruano Gabriel Rodríguez analiza la propuesta y nos hace reflexionar.

Escribe: Gabriel RODRÍGUEZ

Un día antes de año nuevo, en una impresionante ceremonia, se develó la marca de los Juegos Olímpicos de Río 2016. Difundí la nota por facebook e inmediatamente un contacto informó que ya la acusaban de plagio. Ante esa acusación decidí averiguar sobre el desarrollo de la marca en cuestión. Aquí las conclusiones.

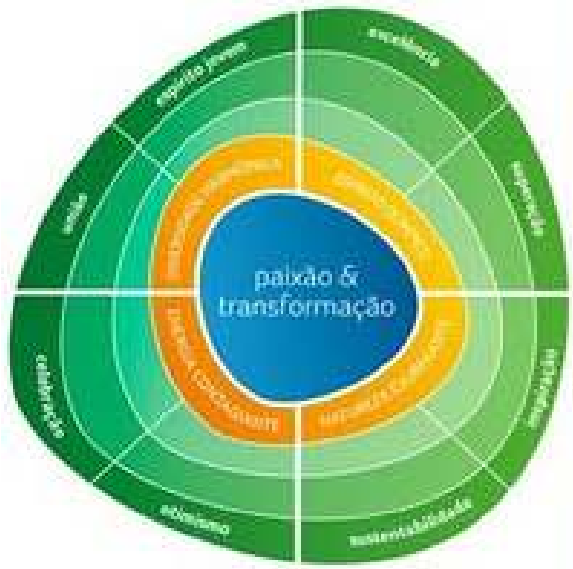
La marca

La identidad fue desarrollada por el estudio Tátil Design de ideias. En su web se puede apreciar comentarios, imágenes y videos de todo el proceso de creación. Comparto aquellos argumentos que me parecieron más relevantes. Lo he agrupado por ejes temáticos.

Sobre el equipo y proceso de trabajo

Reunimos un equipo multidisciplinario en Río y Sao Paulo. Investigamos el universo de la marca y sus ediciones anteriores, otros concursos y eventos internacionales. Realizamos lluvia de ideas para descubrir su esencia, su propósito y cómo crear expresiones y experiencias relevantes. Más de 100 personas participaron del proceso entre estrategas, diseñadores y escritores.

Sobre el uso de las personas en el símbolo



Consolidamos estos aprendizajes y llegamos a una idea simple y al mismo tiempo fuerte: lo que hace única nuestra ciudad y hace de los juegos olímpicos un acontecimiento realmente grandioso son las personas, sus la naturaleza, sus sentimientos y aspiraciones. Por eso, creamos una marca que es esencialmente humana. Nacemos de una mistura de personas. Nos gusta celebrar nuestra diversidad armónica. Acogemos con un abrazo, todas las razas, credos, edades. Compartimos de manera democrática, nuestro cielo, nuestro mar, nuestra gente feliz.

Sobre los colores de la marca
La atmósfera de nuestro paisaje se refleja en la marca y su gama de colores. Amarillo es de sol y el calor de nuestra esencia, festivo, alegre. Azul tiene la fluidez del agua que nos rodea y nuestra forma relajada de llevar la vida. Verde trae nuestros bosques y nuestra esperanza, una visión siempre positiva y optimista que nos permite ir más lejos. En conjunto, los diferentes países, atletas y las personas se abrazan con una energía contagiante.

Sobre la propuesta de una marca tridimensional
Una marca escultura para una ciudad

> “La atmósfera del paisaje brasileño se refleja en la marca y su gama de colores amarillo, azul y verde”

escultura. Esta forma sale del papel y gana una perspectiva tridimensional, con volúmenes, recortes. Una marca-escultura, infinita que gana texturas, se convierte en forma, objeto. Una marca lúdica para ser experimentada.

Sobre la tipografía del logotipo
Un logotipo expresivo, gestual, con letras ligadas en forma fluida, refuerza el deseo de unión y la esencia humana y acogedora de la marca, traduciendo la simpatía carioca. Un diseño tipográfico exclusivo que combina la excelencia y la luz, la inspiración y la atención al detalle.

Comentario personal
Antes de conocer toda la sustentación mi primera impresión de la marca fue positiva. Consideré apropiado el concepto de unión y humanidad. También estuve de acuerdo con el color así como con la fluidez de la

tipografía del logotipo, que se relacionaba con las formas orgánicas del símbolo.
Si me incomodaba cierto desequilibrio e irregularidad del símbolo (quizá –como le bromeo a mi amigo Diego Sanz- por una vocación compulsiva hacia la perfección geométrica). Entendí la razón de esa irregularidad luego de conocer la sustentación del estudio.
También me interesó –y me pareció acertado- la propuesta de una marca "tridimensional".

El supuesto plagio
Y como era de esperarse apareció la acusación de plagio. La marca de una fundación de Estados Unidos que presenta una similitud morfológica y conceptual. También se señalo su parecido con un cuadro de Matisse. Los responsables del estudio Tátil ya se manifestaron negando el plagio.
El director de la firma brasileña que diseñó el logo argumentó que nunca había visto la otra imagen. "Por alguna razón no supimos de esa imagen", dijo Fred Gelli al portal GloboEsporte.com e insistió que se hizo una investigación amplia para asegurar que el diseño fuera único. Gelli también rechazó las similitudes con el cuadro La Danza, de Henri Matisse.

Investigación y coincidencia
Luego de la información presentada, podemos concluir que se trata de una infortunada coincidencia.
En el proceso de creación de identidades hay una etapa de auditoría marcaría del sector, en la cual se realiza una búsqueda exhaustiva de las marcas de la competencia

El cuadro "La danza" de Matisse.

directa, competencia indirecta así como de sectores similares. Recordemos que una de las funciones de la identidad es la diferenciación por ello la necesidad de investigar a profundidad las soluciones gráficas anteriores a fin de crear propuestas novedosas o por lo menos diferentes de aquellas que ya se han realizado.
El supuesto plagio es de una marca de una institución completamente distinta en su actividad y objetivos a la de los juegos olímpicos. Por lo cual resulta lógico pensar que los creadores de la marca Río 2016 no hayan conocido la marca de la Fundación Telluride, pues el proceso de investigación no es de todas las identidades existentes en el mundo. Sería una locura y un proceso interminable investigar todos los signos de identidad corporativos o institucionales que existan.
Si todavía quedan dudas sobre la posibilidad de un plagio, creo que un razonamiento adicional se suma para descartarlas. Si ya tenían la marca resuelta, producto del plagio, es absurdo dedicar tanta inversión de tiempo y profesionales para –supuestamente- sólo sustentarla.
Creo que siempre que hay una fuerza impulsora aparece otra en contra. Es casi una ley física. Siempre que se presenta una iniciativa, hay alguien criticándola. Siempre que se impulsa un proyecto aparece alguien que intenta frenarlo. Esa acusación de plagio es una demostración de esa costumbre y es a su vez un hábito que debemos tratar de erradicar. Por lo menos tratemos de hacerlo entre el gremio de diseñadores. ■

El adiós al maestro FERRO

El extraordinario dibujante e historietista argentino, Eduardo Ferro dejó de existir dejando tras de sí toda una vida creaciones y personajes que calaron en la vida de los dibujantes que lo admiramos.

Escribe: Juan SASTURAIN

La semana pasada se murió, muy viejito y glorioso, Eduardo Ferro. Uno de los mejores humoristas gráficos y creadores de historietas que ha dado este país. Y de los más queridos. Las crónicas recordaron que había nacido en 1917 en Avellaneda, que empezó a publicar a los 17 y que trabajó siempre, hasta que ya no pudo. Aunque hizo tiras en los diarios –la más famosa fue el Chapaleo (sólo él podía hacer una tira diaria con el personaje de un buzo), que estuvo años en la contratapa de La Razón–, su obra está ligada indisolublemente a las revistas, a los semanarios de Dante Quinterno: Patoruzú –desde los años treinta– y Patoruzito, a partir de la década siguiente. Y publicó siempre ahí –recordaron las crónicas– prácticamente hasta que desaparecieron. Calculemos: lo de Ferro son más de cincuenta años haciendo chistes, ilustraciones y, sobre todo, creando personajes inolvidables. Una barbaridad.

Ya en términos más personales, me parece que el apogeo creativo y el mejor momento –en cuanto a repercusión popular– de Ferro debe estar entre los años cincuenta y el primer tramo de los sesenta. Si tuviera que elegir por el dibujo, por ejemplo, pocas cosas suyas me gustaron más que los pesados gauchos (más los perros y esos caballos de vasos anchos) de la sección “Pampa bárbara” –un clásico del anuario de

> “Sus personajes de historieta eran todos publicados en lle famosa revista Patoruzú”

Patoruzú– o las ilustraciones camperas para los cuentos del bolacero Don Rosa, escritos por Mariano Juliá. También dibujaba muy lindos guapos de barbijo y escenas orilleras. Bah: dibujaba todo bien, Ferro.

De sus personajes de historieta –propios de la época: tipos marcados por una única característica siempre repetida en tres o cuatro cuadritos autoconclusivos–, todos ellos publicados en Patoruzú, el que más pegó, al principio, fue el gordito Bólido. De párpados a media asta y jopito y labio inferior algo caídos, el lento cadete adolescente fue marca registrada, se convirtió en apodo, apelativo popular. Hoy sería absolutamente incorrecto. De esa primera época son también Cara de Angel y El Fantasma Benito (que le “regaló” Quinterno), de largo recorrido pero menos originales. Con el tiempo, ya alrededor de los sesenta y en el mismo semanario, Ferro crearía, junto a la loquita Pandora, otro personaje perdurable ya desde la figura: Tara Service. Ese gordo de holgado mameluco, oso grandote de ojitos juntos y manos torpes como rodillas, icono de los

técnicos que arreglan todo con alambre y que no dejaba televisor o electrodoméstico sin destrozar, tuvo y tiene la presencia de un clásico.

Sin embargo, la memoria colectiva y el juicio de la crítica –si cabe– asociará por siempre el nombre de Eduardo Ferro al de su máxima creación: Langostino. No cabe duda de que es lo mejor que hizo, acaso porque es lo más libre y loco, donde mejor se expresó. Se publicó desde el número inicial de Patoruzito, en la primavera de 1945, y llegó hasta el final del semanario como tal, hacia 1962. El hecho de que Langostino –a diferencia de sus otros personajes– se publicara en una revista de historietas de aventuras con estructura folletinesca de “continuará” y al ritmo de una página por entrega, fue acaso determinante de su originalidad.

Langostino, “navegante independiente”, según la definición que le impondría Ferro, nace paradójicamente condicionado. Sugerido por el jefe Quinterno para medrar en la estela de la fama del histórico Vito Dumas, navegante solitario y héroe nacional de la época, Langostino Mayonesi (tal su nombre completo) es en el principio un grotesco barquero del Riachuelo que sólo aspira a comprarse su propia lancha –la bella Corina– y salir a recorrer el mundo. Hay cierta rigidez en el dibujo inicial –esa mandíbula inferior prominente le serviría, como al pelícano, para pescar– que se afloja con el correr de las páginas y las aventuras, cuando finalmente Corina pone proa al mar abierto, metáfora de la libertad en todos los sentidos.

Así, Langostino, como sucedía con la otra obra maestra que publicaba Patoruzito en la página de al lado, Don Pascual (antes Mangucho & Meneca), del increíble Roberto Battaglia, se irá transformando, con el tiempo, en un ámbito propicio para la invención narrativa absoluta, un espacio libre para la creatividad y el saludable, poético, disparate.

Todo puede pasar en las aventuras de Langostino cada vez que, cantando y trepado a Corina –cada vez más chiquita, casi una palangana saltarina alrededor de sus pies y sobre las olas que apenas toca– alguien se cruza, un pájaro hablador se posa, un submarino emerge, una tormenta lo deposita en ínsula extraña, alguien lo pesca con red, una frontera con inesperado guardia anfibio lo detiene. Lo notable es que, cada semana, en el cuadrito final de abajo a la derecha, el autor participaba al lector (o "con el lector", mejor) de la incertidumbre por lo que se venía: "¿Y ahora? ¿Quién será éste?" o, si no: "¡Pobre Lango! ¿Cómo zafará de ésta?". Y hoy no nos cabe duda de que el propio Ferro, creador sin red, iba saludablemente descubriendo las aventuras con su propio personaje y frente a los deslumbrados, cómplices lectores.

Langostino no era un héroe, ni siquiera un antihéroe: sólo estaba ahí, a lo que venga. Bonachón, suspicaz e ingenuo a la vez, con arranques de ira, debilidades múltiples y una nobleza básica, a menudo caía –como en las invenciones de un Jonathan Swift sin acidez– en países extraños de idiomas o costumbres singulares, pretexto para finas ironías; se veía envuelto (por confusión, por

"Todo puede pasar en las aventuras de Langostino cada vez que alguien se cruza en su camino"

torpeza, por tonta codicia) en los delirios de gobernantes megalómanos, reinas locas y casaderas o tribus delirantes que permitían la sátira liviana. Al principio y al final estaba, siempre, la bendita libertad; el ideal del vagabundeo sobre un mar cuyas olas, perfiladas limpiamente y con trazo a veces tembloroso, nadie dibujó mejor.

El hermoso dibujo que acompaña esta nota no es de Ferro. Es un homenaje que le hizo hace un tiempo el gordo Oscar Grillo, notable, incombustible dibujante argentino que vive famosamente en Londres desde hace mucho pero que no se olvida de dónde viene. No sabría, no podría, no querría hacerlo. Grillo (re)dibujó al Langostino de Ferro junto al Popeye de Segar –"El cuento de dos marinos"– como quien deja constancia y rinde tributo a la belleza, la inteligencia y el arte que nos tocó vislumbrar ya de pibes, diseminado, disimulado en las páginas hoy amarillentas de las revistas de historietas.

Eduardo Ferro es parte definitiva de ese memorioso patrimonio que agradecemos.

(Tomado de Página 12)

Perú tiene una nueva marca país, del tradicional colibrí de las Pampas de Nazca a este trazado moderno y sencillo que nos retrotrae a la iconografía andina y a modernidad de estos tiempos.

La marca PERÚ

QUÉ ES UNA MARCA PAÍS

Los países compiten entre sí por la atención de los turistas, la preferencia por sus productos y servicios y la confianza de los inversionistas, entre otras cosas. Una marca país fuerte y positiva brinda una ventaja competitiva a la hora de lograr una mayor recordación en las audiencias clave.

Una marca es mucho más que un logo. Además de su identidad, una marca tiene una reputación construida en base a su promesa y desempeño. Sus comunicaciones, sus voceros, sus acciones. En una marca país, esta realidad cobra una dimensión aún mayor.

La experiencia de cada persona al tomar contacto con el Perú contribuye a construir nuestra reputación. Que cada una de esas experiencias sea gratificante y única.

Es el signo que identifica un país y lo diferencia de los demás. Como toda marca, puede incluir un logotipo y un eslogan. Los principios del branding convencional son aplicables en general a países, regiones o ciudades, aunque con alguna diferencia metodológica.

La marca país se apoya en la "imagen país", tratando de construir, cambiar o proteger la reputación internacional del país en cuestión y su imagen en el exterior. A menudo la marca país tiene un fuerte componente turístico.

El proyecto comenzó el trabajo en julio de 2009.
La tarea contemplaba la observación y análisis de los componentes de la identidad de un país multicultural y, por eso, un equipo interdisciplinario de más de 15 integrantes de la empresa FutureBrand se hizo cargo del desarrollo de la propuesta.
El trabajo fue liderado por PromPerú (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) con el invalorable aporte de Cancillería y ProInversión (Agencia de Promoción de la Inversión Privada), por lo que las instituciones gubernamentales de las que dependen estuvieron involucradas de lleno en el proceso marca país.
La investigación implicó la interacción de

"La tarea contemplaba la observación y el análisis de un país multicultural"

profesionales de diversas áreas así como la participación de un grupo de expertos nacionales en diferentes materias.
Así, el proyecto se nutrió de las perspectivas, e ideas de especialistas en marcas, marketing, turismo, comercio, comunicaciones, diseño, producción, exportaciones, educación, filosofía, arqueología y artes, entre otras.
De cada tópico se fueron desprendiendo otros que permitieron tejer una trama rica e intrincada que empezó a develar un cuadro muy completo del Perú.
Durante el proceso de desarrollo y

creación de la marca, el equipo recorrió ciudades de varios departamentos del Perú, sitios arqueológicos, distritos artesanales, museos y diversas instituciones.
El trabajo se complementó con entrevistas a audiencias, material de archivo, estudios recientes y publicaciones, a lo que se sumó información de los países competidores y la percepción del Perú en los mercados interno y externo.
Con el análisis de los temas involucrados y el cruce de la información desde diferentes ángulos y variables, se elaboraron seis escenarios posibles de posicionamiento, eligiéndose finalmente dos luego de la evaluación del equipo de trabajo y expertos.
Se desarrollaron rondas de exploración de

> “El concepto y diseño de la marca Perú fue presentado y validado por representantes de todos los sectores”

identidad visual (logotipos, símbolos y gráficas para construir la marca), para finalmente definir tres alternativas de diseño para llevar a evaluación en mercados del exterior junto con la plataforma conceptual definida.
El 2010 fue un año de pruebas y presentaciones. El concepto y diseño de la marca Perú fue presentado y validado por representantes de los sectores involucrados, y profesionales expertos que nos acompañaron durante todo el proceso de diagnóstico y creación de la marca. Algunas de las personalidades que nos acompañaron en este proceso son hoy embajadores de la marca. ■

Un blog

http://www.janopdebeeck.blogspot.com/

El genial caricaturista africano de origen belga, Jan Op De Beeck, tiene un blog donde publica sus trabajos de extraordinaria calidad. Allí podremos ver de cerca su trabajo y su envidiable sketchbook. Altamente recomendable.

Un libro

El creador de la historieta humorística "La Parejita", que sale en El Jueves acaba de publicar ¡La Crisis Está Siendo un Éxito!, un libro que recopila una selección del trabajo que Manel Fontdevila realiza en el diario Público, donde disecciona las causas de la crisis.

"Trazos y Risas" en Lima

En una noche inolvidable de muchos amigos y artistas, se presentó el libro "Trazos y Risas, los caricaturistas arequipeños", en el Centro Cultural de la Universidad Católica en Lima. La presentación estuvo a cargo de dos de los más importantes periodistas peruanos, Raúl Vargas y Enrique Zileri, quienes hablaron del aporte a la historia de la caricatura que significa el libro de mi libro. Gracias a ellos.

38th International Humor Exhibition of Piracicaba/2011

REGULATION

The 38th International Humor Exhibition of Piracicaba 2011 will be held in accordance with the following schedule:
Applications: until July 20st, Art Selection: August 06th and 07th.
Awards: August 20st and 21nd.
Opening: August 27th. Closing: October 16th.

PARTICIPATION
Professional and amateur artists, Brazilians and foreigners can apply unpublished artworks that were not awarded until the closing date for entries. The theme is free.
The works - all categories - can be sent by MAIL or ELECTRONIC MAIL (applications over the Internet, in the format and 300 DPI JPGE, attached images at once).
The graphical technique is free.
Each artist may enter a maximum of 03 works per category.

Along with the work entered the artist must attacha completed registration form with letters legibly. It is also requested reduced curriculum and photo, for registration in the database and search CEDHU.

Adress
38º Salão Internacional de Humor de Piracicaba/Secretaria Municipal da Ação Cultural Av. Maurice Allain, 454 - Caixa Postal 12 - CEP 13.405-123 - Piracicaba - SP Brasil

E-mail Adresses
Cartoon Category:
premiocartum@salaodehumor.piracicaba.sp.gov.br
Charge Category:
premiocharge@salaodehumor.piracicaba.sp.gov.br
Caricature Category:
premiocaricatura@salaodehumor.piracicaba.sp.gov.br
contato@salaodehumor.piracicaba.sp.gov.br

Revista Ilustrar 21

Como ya nos tiene acostumbrados Ricardo Antunez, el editor de la extraordinaria revista Ilustrar, con un gran material para disfrutar. En este número hay un homenaje al mayor ilustrador brasileño José Luis Benicio da Fonseca con lo mejor de su producción. Además una entrevista con uno de los animadores de Disney, Rune Bennicke, con sus bocetos y dibujos de gran factura. Y mucho más, está en: www.revistailustrar.com

Lima Cómics-2011

Con una constelación de estrellas de la historieta y maestros del dibujo en cuadritos, entre los que destacaron el maestro Horacio Altuna y Ariel Olivetti, la Convención Lima Cómics-2011, fue un verdadero éxito de la mano de un inquieto Chiqui Vilca, que le puso alma, vida y corazón al evento.

Lima Comics 2011 es un convención dedicada a la Historieta, Cine, Vídeo Juegos, hobbies y aficiones en general. Esta es una primera apuesta en grande que busca propiciar, apoyar , difundir y motivar al arte de la narrativa dibujada para ello se cuenta con el especial testimonio y presencia de artistas internacionales en el campo de la ilustración, historieta, guión, escultura, así también con el invaluable apoyo de maestros consagrados del ámbito local.

Los artistas convocados del extranjero son:

Ariel Olivetti José Villarubia Eduardo Risso Martin Canale, Gustavo Sala, Horacio Altuna, Gabriel Ba, Fabio Moon, Will Dennis.

El evento convocó multitudes de muchachos ávidos de conocer a sus héroes, peros sobre todo, ver de cerca las novedades en el mundo del cómic. Va nuestro saludo y felicitación por este gran esfuerzo.

Dedeté cumple 42 años

El cumple del dedeté fue de gala, con la participación de Virulo quien regaló canciones y dio una magistral clase sobre la historia del humor escénico cubano.

Recordó que la primera obra que dirigió con el Conjunto Nacional de Espéctaculos fue «Echale dedeté».

El momento también fue propicio para realizar la premier del spot de la XVII Bienal Internacional del Humor de San Antonio de los Baños ¡¡Felicitaciones!!.

La Argentina en viñetas

La muestra internacional "Nos tocó hacer reír", que reunió a lo más graneado del humor gráfico argentino, para exponer sus obras en la Feria del Libro de Frankfurt, se acaba de inaugurar en Buenos Aires. La exhibición refleja 200 años de la Argentina, desde los inicios del humor gráfico y la historieta en el país hasta la actualidad. Se trata de una iniciativa de la Cancillería para ser presentada en la Feria del Libro de Frankfurt 2010.

En la muestra ese podrán ver trabajos de Bacle, Caloi, Cascioli, Divito, Ferro, Fontanarrosa, García Ferré, Landrú, Maitena, Nine, Quino, Rep, Sábat, Sasturain, Sendra, Sirio y otros grandes autores.