

Jacksonville, enero 24, 2018

Arte con herramientas publicitarias

Arte y publicidad, dos mundos aparentemente distantes. En esencia, la experiencia estética busca expresar una idea o una visión, mientras que la publicidad se centra en la persuasión con fines comerciales. Pero ¿qué tienen en común las ilustraciones y los carteles publicitarios de Toulouse-Lautrec en las postrimerías del s. XIX o las obras del *pop art* de mediados del s.XX con el lenguaje publicitario? La obra de arte es una imagen icónica; con el paso del tiempo, las imágenes publicitarias pierden vigencia en tanto que su oferta expira... y se convierten igualmente en imágenes icónicas. Allí, un elemento vinculante. Pero es el valor comunicacional de ambos ámbitos, lo que realmente los relaciona.

Me aproximo a la obra de Johnny Descamps (Caracas, 1955), artista que se ha dado a conocer hace poco más de un lustro, aún cuando lleva mucho más tiempo en el campo de la creatividad y el diseño. Su trabajo, un divertimento en el que lo formal puede dar paso a lo informal, ahonda en la magia de los números, pero su impronta tiene profundo arraigo en el medio publicitario y su carácter lúdico se convierte en una herramienta comunicacional importante a través del campo del arte.

Descamps es un ingeniero civil devenido en publicista durante la mayor parte de su vida profesional. Este director creativo con 38 años de experiencia en su propia agencia, John Descamps Advertising y con amplia trayectoria en el trabajo gráfico, no tiene la menor intención en desvincularse de lo que ha sido la génesis de su proceso creativo y no escatima en el uso de herramientas publicitarias y de marketing, para dar sustento teórico a una obra formalmente *informal* y divertida. Al otro lado del hilo telefónico me asegura: *Pienso en la gente, en*



romper paradigmas y en comunicar. Sin duda, una estrategia inteligente para llegar al espectador y difundir su “producto”.

Con un lenguaje plástico sencillo, el artista indaga en la explosión cromática al mejor estilo pop de la década de los años 50, realizando aspectos de la cotidianidad incorporada en sus piezas escultóricas. Una estética cuidada, estudiada proporcionalidad, limpio corte y ensamblaje de materiales, impecabilidad de trazos y cuidadoso uso en la estridencia del color, se constituyen en características principales de su obra. Y es que el trabajo gráfico de este artista prestado desde siempre a la publicidad, tiene su mejor exponente precisamente en una creación plasmada de colorido y dinamismo.



Descamps utiliza los dígitos del 1 al 9, convertidos en nueve recursos gráficos con gran exponencialidad al momento de crear, a la vez que emplea nueve colores en acrílico en cada una de sus piezas, sosteniendo así una unidad conceptual y cromática.

Personajes como el ciclista, el golfista, el submarinista o el trompetista; la pareja representada en una unidad indivisible o la mujer embarazada; la simbiosis entre naturaleza y ser humano. En fin, el desempeño de distintos oficios y acciones (el cómodo, el saludo, el raspadero o doña arepa, denominados por el artista como los *ingenuos*), así como las artes y diferentes disciplinas deportivas, o la alegría del compartir; todo tiene cabida en la expresión plástica impregnada de números que en alegre y polícroma danza, se desgranán en la superficie de su trabajo.



En algunos casos, la interacción entre el número y la máquina es evidente (el ciclista). En otros, la idea inicial de lo que se quiere comunicar, queda plasmada en la pieza. No hace falta indagar sobre el mensaje. Y es aquí donde el carácter comunicacional



publicitario en las piezas de Descamps, toma preponderancia, con un mensaje claro, directo, estéticamente hermoso, creativo y original, capaz de llamar la atención del espectador.



La serie *Cintas*, son obras tridimensionales concebidas inicialmente en gran formato para espacios públicos y con giro sobre su propio eje; construidas en hierro y acrílico, deviene en ellas la disposición vertical de una sucesión de coloridos números engranados cuidadosamente, que de manera divertida, *escalán* unos sobre otros.

Su colección de dípticos, trípticos y polípticos, (técnica mixta sobre tablonos en MDF) en formato medio, presenta la superposición de los dígitos con un cuidadoso uso de las transparencias, donde el artista emplea lo que denomina *acrílicos masa* (colores sólidos para algunos elementos) y el uso de transparencias en colores fluorescentes, para otros.



El sudoku y el ajedrez, juegos interactivos (en cortes y relieves en metal y acrílico) desarrollados inicialmente por encargo, son piezas en las que la magia de lo lúdico toma real perspectiva para el aprendizaje. Arte convertido en divertimento pedagógico para el disfrute.

El trabajo de Johnny Descamps enraizado en el mundo publicitario, es dinámico, fresco, actual; nacido en un espacio de gran fuerza persuasiva, en el que toma particular relevancia el hecho comunicacional. Esto, lejos de restarle méritos dentro del campo del arte, donde nuevas



Esto, lejos de restarle méritos dentro del campo del arte, donde nuevas

propuestas menos austeras colidan con los academicismos, se convierte en una genuina carta de presentación. Después de todo, esta es su pericia... y lo que mejor sabe hacer.

Lieska Husband Sosa

Imágenes:

Johhny Descamps

www.descampsart.com