

Alderete, el hombre ilustrado

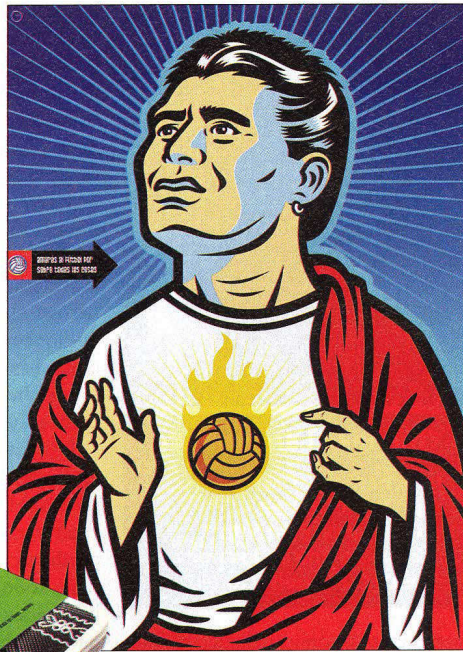
Empezó repartiendo cómics en los shows del Nuevo Rock Argentino y, desde la estética surf-garage, se convirtió en el latino favorito de Taschen

Por Humphrey Inzillo

RADICADO EN LA CIUDAD DE México desde hace once años, el ilustrador argentino Jorge Alderete, responsable gráfico de la portada de *La luz del ritmo* (el disco del regreso de Los Fabulosos Cadillacs, de 2008) y de la escenografía integral del Satánico Pop Tour, pasó por Buenos Aires en septiembre para presentar una muestra con los originales de su libro *Yo soy un Don Nadie: 1998-2008. Surf, garage y rockabilly en el Alicia*, una muestra pequeña en la galería de arte urbano Hollywood in

y hacía adaptaciones de sus canciones en cómic, que se repartían en los shows”.

Llegó a México con Clarisa, su esposa, en 1998. El plan era hacer una experiencia, vivir allí un año y luego regresar. “Pero la ciudad nos eligió. Nunca me imaginé que íbamos a pasar allí más de una década”, confiesa. En sus primeros días en tierras aztecas, Alderete (*jorgealderete.com*) conoció a los miembros de la banda de



a un público específico y minoritario, pero en una ciudad de 20 millones de habitantes.”

Alderete ya ilustró cien portadas de discos, pero su trabajo excede la melomanía. Su estilo abreva en la estética del cine clase B de los 50, celebra el arte tiki, reconoce influencias del cómic europeo y argentino de los 80 y revisita el imaginario de la lucha libre mexicana, pero nunca desde lo retro. Su carrera como ilustrador tiene hitos, como un lugar privilegiado en el libro *Latin American Graphic Design*, de la prestigiosa editorial Taschen, que lo posiciona como el creador de la nueva iconografía de la región. “No es algo que me proponga. A veces me cuesta pensar que voy a hacer una imagen icónica, porque en realidad nunca lo planeo. Sería una carga muy fuerte y, además, para que eso suceda creo que tiene que ser algo más natural.”

Pero su carrera no sólo remite al mundo editorial. Además del sello, fundó junto al diseñador industrial Andrés Amaya la marca de juguetes de vinyl Plan B, con diseños modernos, de tirada limitada. Su campaña para la marca de tequila 1800 ocupó varias páginas de los principales medios de Estados Unidos. Y las remeras con sus ilustraciones llegaron al torso de, por ejemplo, Juliette Lewis! “Las cosas se fueron dando con el tiempo. Para mí es muy natural analizarlo en este contexto, dentro de un período histórico. La crisis constante de América latina puede ser una excelente oportunidad para tomar la iniciativa y hacer las cosas que uno tiene ganas de hacer. Soy muy impaciente para sentarme a esperar. Prefiero acelerar las cosas haciéndolas yo mismo.”

ARTE

Cambodia. Y, también, para entregar el arte de la edición en vinilo de *La luz...*, que incluirá una serigrafía numerada y firmada por el artista.

El libro, trilingüe (español, inglés y francés), fue publicado por la editorial francesa Black Cat Bones e incluye una serie de retratos con los músicos y personajes más emblemáticos del Foro Alicia, el *antro* del que Alderete se hizo habitué desde su arribo al DF. Entre miembros de grupos como Fenómeno Fuzz, los Rebel Cats, Los Explosivos y Los Esquizitos, se destaca Ali Gua Gua, cantante de las Kumbia Queers.

A principios de los 90, el Dr. Alderete vivía en La Plata y fue testigo de la explosión del Nuevo Rock Argentino: “Iba a ver a Peligrosos Gorriónes antes de que saliera su primer disco,



DR. DIBUJOS

Alderete (abajo, der.) retrata a Santa Maradona y a Ali Gua Gua, de Kumbia Queers.



surf rock instrumental Lost Acapulco, y se transformó en el responsable de sus afiches, portadas y toda su identidad gráfica. Ese fue el puntapié inicial para relacionarse con la escena y, a comienzos del nuevo milenio, fundar Isotonic Records (*myspace.com/isotonicrecords*), el primer sello de surf rock instrumental

en México. “La idea era hacer un disco que fuera una polaroid de la escena, y *Mexican Madness* funcionó muy bien. Así que lo reeditamos y luego sacamos otro.” El catálogo ya ostenta once títulos, todos ellos ilustrados por la pluma de Alderete. El sueño de pibe. “El sello subsiste y se autofinancia. Apuntamos

VIDA URBANA

Pedalearse la vida

Desde hace un año, el primer domingo de cada mes se celebra Masa Crítica: ciclistas que reclaman su lugar

“Masa crítica” es una expresión que proviene de la física (es la cantidad mínima de material necesario para sostener la fisión nuclear), pero fue adaptada al ciclismo por la influencia del documental *Return of the Scorcher* de Ted White. En el film se explica la forma en la que los ciclistas chinos negocian las intersecciones sin semáforos con los automovilistas: los autos no

se detienen por un grupo pequeño, pero cuando se acumula una cantidad importante de ciclistas y se llega a una *masa crítica*, las bicicletas ganan el paso. Con esta idea de ganarles las calles a los autos se iniciaron los recorridos de Critical Mass en San Francisco en 1992. En el primero hubo apenas 48 bicicletas, pero en la actualidad el evento se celebra en más de trescientas

ciudades de todo el mundo, y en San Francisco ya superó el millón de participantes. La filosofía del evento es que no haya líderes, ni una organización. ¿Cómo se arma una Masa Crítica? Un grupo de ciclistas deciden un lugar y una hora de

partida, distribuyen algunos volantes o utilizan alguna otra forma de promoción de mínimo costo, y salen. El implacablemente lógico lema de Critical Mass es: “No bloqueamos el tránsito, somos tránsito”. De todos modos, la idea no

suele ser trompearse con un taxista sino hacer visible la existencia de los ciclistas y ganar derechos para ellos, como la creación de más bicisendas exclusivas. Desde hace un año, Masa Crítica se celebra en Buenos Aires durante el primer domingo de cada mes (ver *masacriticabsas.com*). La última, el 6 de septiembre, convocó cerca de 150 ciclistas. Nunca se bloqueó el tránsito y ningún automovilista ni peatón fue lastimado. En la de octubre, se cumplirá el primer año.



HERNAN FERREIROS