

Entrevista

# Carmen García Huerta: La calistenia del lápiz

---

Ana Collado  
*Pintora e ilustradora*





Fig. 1. Cartuja de Sevilla.

Esta madrileña protocastiza, no sé si chulapa, manola o chispera, (ni ella misma lo sabe y que la perdone San Isidro...), se ha convertido en muy poco tiempo en una de las ilustradoras con mayor proyección internacional. Aparecer como una de las mejores en la prestigiosa edición *100 Illustrators de Taschen* no es moco de pavo.

La hemos visto en las portadas de *L'Officiel*, *Cosmopolitan*, *Glamour*...en las páginas de *El País*, *Vanidad*, *Vein Magazine*, *Yo Dona*, *Vogue España*, *Elle Rusia*...Colabora con Louis Vuitton, Yves Saint Laurent, Carrera & Carrera, Lancôme, Max Factor. Sus ilustraciones dan vida a las más exquisitas campañas de *El Corte Inglés*, *La Cartuja de Sevilla*, *Cinco Jotas*, *Cervezas Alhambra*, *Suárez*, *Durán Joyeros*, *Ayuntamiento de Madrid*...y no sé si seguir porque su currículum es de fantasía. Así que

me cuesta un poco trascender los límites de la mitomanía para que esta entrevista no se convierta en una oda a sus virtudes y le saquemos provecho a sus palabras, que son muy sabias, doy Fe, porque la he oído dar consejos de lo más certeros, jugosos y sinceros y que deberían aparecer en cualquier manual de ilustración publicitaria que se precie.

Desde luego se le nota que lleva toda la vida dibujando, convirtiendo el don en afición y en estos últimos 15 años en modo de vida. Sus herramientas, los lápices, sus maneras tanto en el papel como en las distancias cortas, la delicadeza, la elegancia, la precisión, una infalible pulcritud y su deliciosa obsesión por el detalle.

**Saltaste del diseño a la ilustración, yo, desde luego, aplaudo ese salto porque comparto (imagino) tu predilección por la forma de trabajar**

**del ilustrador, pero cuéntanos un poco cómo fue ese salto, qué motivos te llevaron a cambiar el rumbo y cuál fue tu hoja de ruta, buscaste un nicho para especializarte? porque sé que se te define muchas veces como ilustradora de moda aunque has hecho de todo, desde editorial hasta diseño de estampados o carteles como el del último festival de Cine fantástico de Sitges.**

No fue un plan meditado en absoluto, no hay salto como tal ni mucho menos hoja de ruta. Era joven, estaba confusa, probaba cosas. El diseño parecía más respetable y profesional que el dibujo, por eso empecé por ahí. Por otro lado, llamarlo diseño es mucho decir, porque maquetaba en la cocina de una agencia de comunicación invitaciones y revistas corporativas con *QuarkXpress*,



Fig 2 Sitges.

nadie nacido después de 1990 sabe de lo que estoy hablando. Pero era una gran consumidora de revistas de moda y me di cuenta de que la ilustración editorial estaba en auge absoluto por aquel entonces, por eso decidí lanzarme. Y no me equivoqué.

Con el tiempo he querido diversificar más allá de la moda pues, aunque me sigue encantando, hay otros campos que también me fascinan y que son muy propicios para ilustrar, como el retrato editorial, los estampados decorativos, la publicidad, los encargos institucionales...

**Te he oído decir en más de una ocasión que tu campaña más querida es la que hiciste para las Fiestas de San Isidro, creo que los madrileños recordarán tus carteles durante muchos años, no sé si por su indiscutible calidad o por una mezcla de esto y del amor que le pusiste al proyecto convirtiéndolo en parte**

**de la historia gráfica de la ciudad. Hablando de saltos de nuevo, ¿qué hace que una ilustración se eleve por encima de lo anecdótico y salte hacia la posteridad? ¿Qué importancia le das al director de Arte en una campaña? ¿Crees que la ilustración a partir de técnicas tradicionales es un vehículo más rápido que la fotografía o la ilustración vectorial para llegar al corazón del público?**

Es cierto que para mí tiene un valor muy especial esa campaña. Fue mi primer encargo institucional, no comercial, y con una presencia muy potente de publicidad exterior en mi propia ciudad. Además, para un evento de pura celebración. Es de mis trabajos favoritos, pero se me escapa por qué tuvo ese éxito, supongo que la gente tenía muchas ganas de fiesta y de primavera, y el cartel plasmaba con rotundidad las dos cosas. Y creo que funcionó muy bien conjuntamente la

dirección artística de Nacho Padilla, mi ilustración y el trabajo tipográfico del estudio Aristu & Co. Ya he alabado mil veces la labor de Nacho en este y otros trabajos que hemos compartido, pero él fue el primero en ver aquí el potencial de mis ilustraciones botánicas en una campaña importante.

Creo que la última pregunta encierra la propia respuesta: sí creo que la ilustración tradicional llega a la entraña de otra manera. Resulta más íntima e «imperfecta» que la vectorial, que es más profiláctica, eficaz para mensajes más informativos y menos emocionales. Por no hablar de la fotografía, que comunica cosas muy distintas.

**La expresión gráfica ha evolucionado exponencialmente desde las pinturas rupestres mesolíticas y neolíticas. Actualmente la podemos ver implementada en productos digitales de todo tipo. Son una**



Fig. 3. Campaña de San Isidro

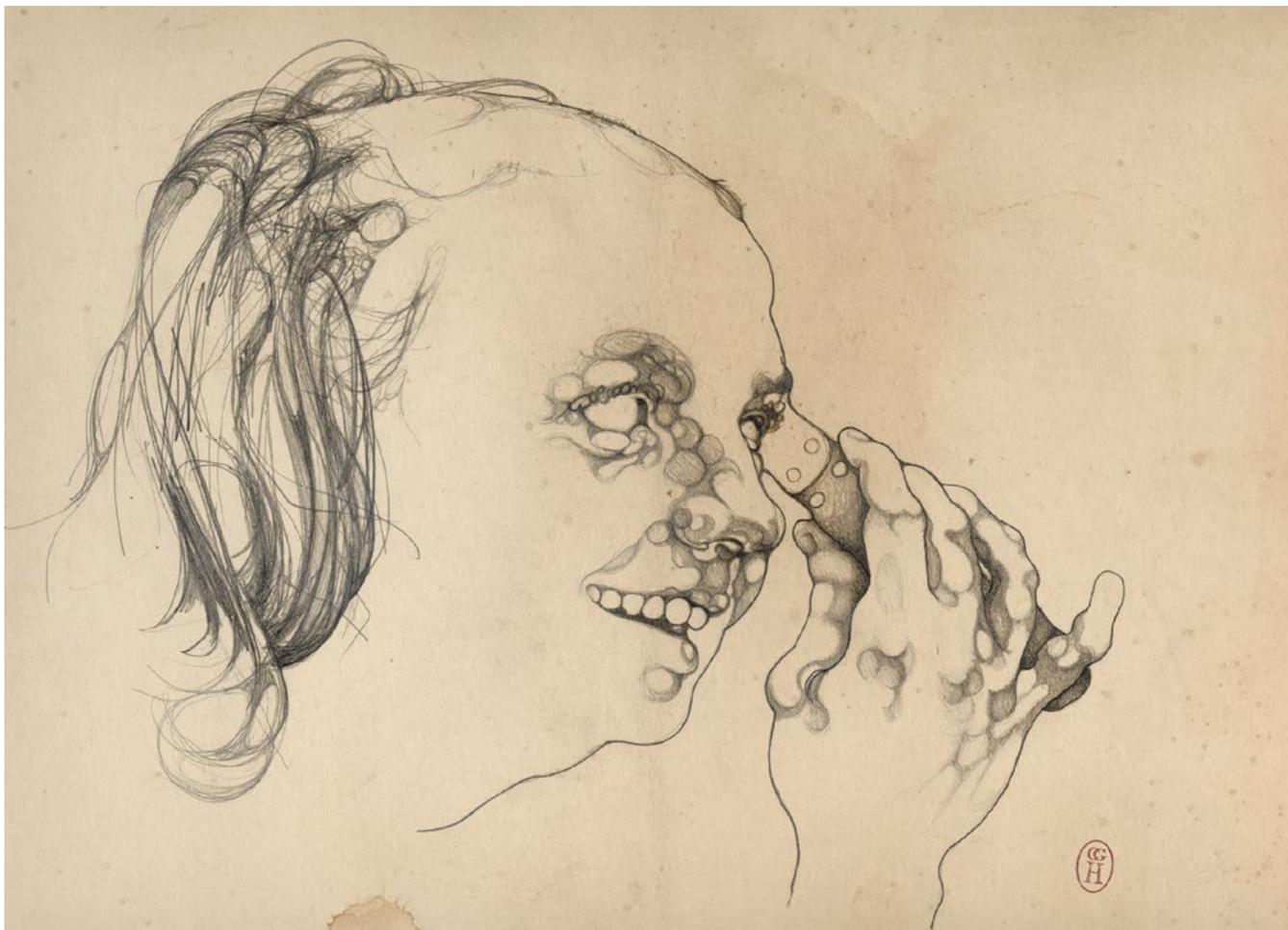


Fig. 4. Ilustración de Britney Spears

alternativa lúdica y entretenida de presentar la información ¿qué opinas de las nuevas formas de expresión visual como la realidad aumentada, la realidad virtual o los bucles de animación que parecen estar ganando terreno en una parte esencial del diseño para la experiencia de usuario? La palabra “animación” viene del latín “animatio” y significa “aumento de la actividad y la energía”, ¿tú crees que se entrega vida a la ilustración o se le resta?

No sé de qué me está usted hablando. He tenido que buscar en Google qué es la realidad aumentada. Mi ignorancia es absoluta al respecto, y lo digo con sonrojo. Con lo bonito que empezaba lo de las pinturas

rupestres... soy un mamut tecnológico. No soporto trabajar con las texturas de Procreate, renegué de Illustrator después de consagrarle mi vida entera, y la animación me resulta admirable pero remota y compleja. He trabajado con animadores y uno de mis mejores amigos es experto en 3D, pero yo me muevo y respiro en un mundo bidimensional. Palabras como ‘renderizar’ me dan susto y frío. Respecto a tu pregunta, supongo que para cierto tipo de ilustración es bueno, claro, pero a mí no me busques ahí. **Y ¿qué puedes contarnos de tu otro gran salto? Estoy segura de que sabes a qué me refiero porque creo que es una cuestión inevitable en cualquier entrevista que te hagan, y aunque**

**sé que caíste de pie con la gracia, y la potencia de una Comaneci ¿Qué tal fue la acrobacia para pasar de lo digital a lo analógico? Y hecha la gesta ¿cuál consideras que es el primer auténtico Carmen García Huerta?**

Fue un parto largo y complicado. Yo no tocaba un lápiz desde los diecisiete años, pero no podía seguir haciendo chicas de “shopping” con Illustrator. Sencillamente no podía. Yo agradezco mucho que pienses que caí de pie como la Comaneci, pero lo cierto es que di muchos tumbos y no fue un salto nada rápido ni limpio. Una crisis creativa y vital en toda regla, que necesitó su tiempo y su proceso. Se pasa fatal cuando lo que tienes ya no te funciona,

pero no tienes ningún sitio de repuesto donde caer y te lo tienes que inventar. Requiere mucha energía e insensatez. El primer 'auténtico CGH' (lo escribo y me río) fue el retrato de Britney Spears rapándose la cabeza, de 2007 o 2008. No exagero si digo que fue casi como ver nacer a mi hija.

Y después de Britney, vinieron los cien mil hijos de San Luis, todos hijos de su madre, todos con el mismo corte y estilo. Recuerdo muy bien ese dibujo que refleja, mejor incluso que las fotos del episodio real, el verdadero parteaguas de la princesa del pop. Sabemos que la señorita Spears se rapó la cabeza para que dejaran de tocarle el pelo o lo que es lo mismo las narices, también sabemos la razón por la cual tú decides cambiarlo todo, pero lo que no sabemos es cómo consigues depurar un estilo único tan rápida y limpiamente. «El estilo no se busca, llega solo» o «nada crea autoestima y confianza en uno mismo como la creación de uno mismo» que decía Thomas Carlyle (ensayista escocés del que no sé absolutamente nada) son aforismos que a parte de poder encontrar en una taza de desayuno, me vienen al pelo para hablar de algo que preocupa mucho a los jóvenes ilustradores y que es la búsqueda de un lenguaje propio. Controvertido y farragoso tema el del manierismo y su ahora en la ilustración. Una concepción peyorativa surgida en el siglo XVII y acentuada en el XIX considera el Manierismo como un amaneramiento estilístico caracterizado por una fría técnica imitativa, en busca de nuevas expresiones de belleza en la que se desmitifica el equilibrio y la serenidad en pos del contraste, la distorsión, la paradoja y la extravagancia. Los artistas se dejan llevar por sus gustos, alejándose de lo verosímil, tendiendo a la irrealidad. Pero esto era hace unos cuantos cientos de años, ahora el manierismo suma y miente quien diga que no le gustaría que cada vez que alguien viera sus dibujos supiera de inmediato que son suyos.



Fig. 5. Ilustración para Tempos Vega Sicilia.



Fig. 6. Ilustración para el Robb Report.



Fig. 7. Anna Wintour

**¿Cómo has conseguido tú ese conjunto de rasgos y particularidades tan deseados sin caer en la falta de espontaneidad, sin parecer afectada o inauténtica (que a mi entender es el mayor peligro de la búsqueda deliberada de identidad)?**

Creo que no hay que obsesionarse con el estilo, es cierto que llega solo como dice ese señor escocés, aunque 'solo' no quiere decir que venga de repente y porque sí, llega con mucho trabajo y autocrítica. Con mucho descartar y elegir. Y poniendo muchísima atención en a quién copias. Porque para que ese estilo se manifieste, tienes que haber copiado, robado y fusilado como si no hubiera un mañana, siendo perfectamente consciente, y siempre -esto es muy importante, aunque más difícil-, a más de una persona a la vez. A cuantos más copies, menos se notará que copias. De

hecho, ya no serán copias. Y cuanto más lejos estén de ti en el tiempo y/o en el espacio, mejor. Intenta copiar antes a El Bosco que a Ricardo Cavolo, que lleva mucho tiempo muerto y no se va a enfadar.

He exagerado un poco con fines tragicómicos, pero básicamente es verdad: la autenticidad es fruto del trabajo y la autocrítica y de homenajear a quienes admiras con humildad, yo creo que no hay más. Es un error común de la juventud tener un "crush" estilístico con alguien muy pegado a ti geográfica y generacionalmente y copiarle por sistema y sin distancia ni criterio, tipo fan fatal. Por eso en las redes hay tanta gente haciendo lo mismo. Pero cualquiera que se tome en serio su profesión aprende a distanciarse y a ampliar horizontes. A mí el piropro que más me ha gustado fue de un

cliente que me llamó mirlo blanco de la ilustración; queda fatal decirlo, pero es que me hizo muchísima ilusión.

Por otro lado, tampoco sé si estar muy a favor de 'el estilo'. Es como encontrar un traje que te queda bien y ya no quitártelo nunca. Y no me estoy refiriendo a la sobadísima zona de confort, sino a sencillamente repetirte en la fórmula y acabar cansado de ti mismo y cansando al resto. Creo que lo ideal es encontrar un espacio inestable pero propio, en el que eres inequívocamente tú y a la vez tu propio traidor, pero claro, eso no es en absoluto fácil de conseguir. La famosa evolución de un artista es una constante infidelidad, traición y sabotaje a uno mismo, pero sin perder la esencia, que no 'el estilo'. El estilo puede ser una trampa de autocomplacencia.