



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Programa Trayecto Abreviado de Egreso

Trabajo de Graduación de la
Licenciatura en Artes Plásticas con orientación en pintura

2021

Título: El amarillo es alegría (dejate conducir por el optimismo del color).

Apellido y Nombre: Romero Fernando Ezequiel

Dni: 35499284

Legajo: 57283/3

Tel: 2216770643

E-mail: ferromero90@hotmail.com

Fundamentación

A partir de afirmaciones tales como: “el amarillo es el color del optimismo” y que además “los optimistas tienen un ánimo radiante y el amarillo es su color”; y que “el amarillo irradia, sonrío, es el color principal de la amabilidad” (Psicología del color. p 85); me permito indagar sobre las limitaciones que producen esos encasillamientos, generando a veces posiciones que obturan las posibilidades. Estas designaciones están ligadas a aspectos que van más allá de la materia, de su estructura, su relación con los demás colores y su entorno. Se pretende ir desarmando estas categorías que a veces resultan condicionantes y que se perpetúan, generando así estereotipos que nos conducen a “lugares comunes” que por momentos pueden resultar confusos. Así, partiendo de este aspecto general del color (el amarillo) busco ir ingresando en el campo para ir construyendo una visión que amplíe las posibilidades comprendiendo que un color nunca está aislado de un contexto, siempre está en diálogo con los demás colores (y elementos) y que se vale de un entorno. De esta manera, la excusa del amarillo me llevó a producir digitalmente afiches (con una escala aprox de 100x120) en los que se ponen en tensión estas cuestiones por medio del uso de imágenes sacadas con una cámara personal, que fui obteniendo como insumo de la vía pública (en su gran mayoría), y textos estilo epígrafe que remiten a frases de índole motivacional, con matices propagandísticos y cargadas de optimismo, con el fin de entablar un diálogo proponiendo un interrogante al espectador casual (y heterogéneo) en la vía pública.

Desarrollo

Los primeros trazos del camino

Llevando como guía el enunciado sobre el color, voy construyendo la obra intentado poner en discusión y tensión la afirmación inicial. Esto me llevó a tomar decisiones en todo lo que refiere a la obra, ya sea soporte, materialidades, procedimientos, escala, emplazamiento, etc. La razón inicial era poder realizar afiches que tengan una estética publicitaria, en la cual se anuncien con un discurso optimista y alegre ciertas promesas. Lo que me condujo en primera instancia a elegir el tratamiento digital para poder producirlos. La intención era generar un efecto visual que pueda impactar y al mismo tiempo interrogar a un espectador espontáneo en la calle. La pregunta o el lugar que pretendía abrir era mediante la oposición entre ese “*slogan*”, la imagen y el fondo. Mediante el uso de operaciones retóricas voy jugando entre esos elementos. El amarillo funciona como un fondo en la escenificación de las imágenes que me llevaría a generar ese *shock* visual que resulte pregnante en la vía pública, llevado por la

certeza de que siendo amarillo, sería alegre. Siguiendo por ese camino, se comienzan a desprender otras aristas dentro de la obra, como la utilización de imágenes que fui sacando y editando digitalmente por medio de herramientas de photoshop. Como se mencionaba con anterioridad, la primera decisión de que la producción sea digital fue la necesidad de crear una estética publicitaria que pueda confundirse con “la realidad”. De este modo, las elecciones formales en la composición que se fueron desprendiendo luego respondían a esa estética. El color amarillo se designaría de fondo, para establecer luego una relación intrínseca entre figura y texto, generando en la imagen una espacialidad que invite a recorrer visualmente la obra. En cuanto a las decisiones procedimentales, la producción digital de las obras por medio de photoshop consistió en la captura de imágenes de la vía pública para luego editarlas definiendo un recorte, elección de escala, de direcciones dentro de la composición, borrar los fondos, aumentar las definiciones por píxeles, ensayos de impresión, entre otras decisiones formales. La posibilidad de la impresión en plotter también requería de otra configuración del color para el dispositivo de salida. Por esto, decir que es un amarillo mediano, o de cadmio, limón, etcétera, es un poco limitante, ya que los colores en este programa son por medio de códigos numéricos. Pero que aún así, requieren de una elección y una decisión en cuanto a la imagen visual en su totalidad. También, las decisiones en cuanto a los slogan que acompañan los afiches fueron construyéndose, teniendo en cuenta las palabras a utilizar, los lugares y espacios que ocuparía en la composición, como así también el diálogo que tendría con la foto editada que allí iba a usarse. Esto decanta en la construcción poética y metafórica de las imágenes, en las cuales conviven figuras retóricas como la antítesis, la hipérbole, la alusión y la metáfora. Entonces, retomando el postulado planteado en el título de este trabajo “el amarillo es alegría”, se desprenden algunas preguntas: ¿para quién?, ¿con respecto a qué?, ¿a costa de qué?

Lo que margina (Una generalización sin variantes)

Como se verá, la posibilidad de partir de esa afirmación, y decir que tal color es esto, y listo, obtura las potencialidades y sus usos. De esta manera, decir que el azul de nene, el rosa de nena está generando limitaciones. Hablar de amarillo en general, le quita poder hablar de las propiedades intrínsecas del color. Esto es, su tono, la saturación y la luminosidad (Furio, p.127). Hablar del color y su contexto me permite no solo ponerlo en juego dentro de la obra, sino también en un contexto de circulación, situado en un marco socio-histórico determinado y poder relacionarlo con el entorno y todos los elementos que alrededor de él se despliegan. Provocando una visión sesgada, quedan por fuera las intenciones y atribuciones, decisiones y elecciones al momento

de responder al sentido metafórico de la imagen. Formular un juicio determinante, como el del título, sugiere dejar por fuera actores y elementos importantes que componen la obra y escindir las relaciones con el entorno, homogeneizado.

Conclusión

La relación del contexto

El cuerpo de la obra, el afiche como un actor social que se vincula estrictamente con el contexto y que me ayudaba a reforzar esa idea que no se puede separar ni generalizar un concepto, quitándole el dinamismo y aislándolo de su entorno. Es necesaria la reflexión situada de los elementos, conversando entre lo diverso y lo heterogéneo. Se desprenden de allí una serie de hipótesis provisionarias y reflexiones que fueron construyéndose junto a nuevos interrogantes. Más allá de analizar las propiedades intrínsecas del amarillo, sus variables en la desaturación, su temperatura, o si es primario de acuerdo en qué tipo de círculo cromático se lo incluye, el principio motor era pensarlo de acuerdo a las posibilidades que aporta en la totalidad de la obra, sin generar ningún tipo de atadura, ni de sujetarlo a un principio que no lo dinamice (que es alegría, sin ya poder hacer mas nada). Además de obturar uno de los principales momentos de la obra, condicionando el sentido de los espectadores, que es cuando la obra comienza y considerándola como apertura a un canal de interpretación. Qué pensaríamos del disco "Amor amarillo" de Gustavo Cerati, o de "Los Girasoles de Van Gogh", entre otros, a veces (tal vez) el amarillo puedo ser oscuro. Pero, principalmente, rescato la posibilidad de defender y salvaguardar lo que nos pertenece dentro del campo, los colores, las líneas, las texturas, etc; sin permitir que se desprestigie o se mal usen en nombre de ningún propósito que no sea la construcción poética de la obra. Ni el amarillo es alegría, ni el verde es esperanza o militar, ni el rosa de nena o el celeste de nene; los colores no son, nos hacen ser dentro de una red de relaciones.

Bibliografía/ Anexos

DE SANTO, Edgar "Acerca del estudio del color y su poética: un ensayo introductorio". La Plata: Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata.

FURIÓ, Vicenç: (1991) "El color, una realidad esquivia", en Ideas y formas en la representación pictórica, Barcelona, Anthropos.

HELLER, Eva (2004) "Psicología del color". Barcelona, Gustavo Gili

Imágenes

noticias frescas,
beibi



Siempre del lado de la información.

True News

Esperá cómodo...

DecoSit!



...lo mejor está por llegar.

Colchones
CONFORT



Y de sus sueños nos encargamos nosotros.

¡Te revolucionamos el carro
con la ofertocracia de la alegría!



(Las imágenes que pueden dañar la sensibilidad han sido retocadas digitalmente).

Me invade la alegría.

LO USADO, NUESTRA MODA

-SWEET STREET-



EL MEJOR OUTFIT URBANO.

Dale a tu mascota lo que se merece...

Wow Can



Me invade la alegría.

El amarillo es alegría (dejate conducir por el optimismo del color).

Registro de emplazamiento

