

Arte que imita el arte
Por Equipo de Redacción de Forum de Comercio
Forum de Comercio Internacional - No. 3/2009



Haga [clic aquí](#) para ver los fotos

Rolling Stone India & JWT: De las artes tradicionales nacen diseños modernos

En 2007, cuando se lanzó *Rolling Stone* India, el equipo creativo de JWT recibió uno de los encargos creativos más interesantes que una agencia publicitaria pueda imaginar. ¿Cómo hacer que la revista resultara familiar sin dejar de ser emblemática?

Considerada la “biblia” del periodismo musical, *Rolling Stone* es una de las marcas mediáticas y uno de los canales de distribución más respetados del mundo. Su condición de icono obedece tanto a la revista en sí como a los artistas que retrata. Cuando se lanzó *Rolling Stone* India, la edición estadounidense recorría un trayecto de culto por las calles del subcontinente trazado por la cultura subterránea de pasarse ejemplares de segunda mano. Pero la llegada de la edición india con contenido musical local tenía el potencial de transformar el panorama para unos 1.000 millones de amantes de la música en todo el país.

Agnello Dias, por entonces Director creativo de JWT India, fue el artífice de la visión creativa de la campaña. El Sr. Dias y su equipo –que trabajaban en la mayor agencia publicitaria del mundo para la marca musical más famosa del mundo– adoptaron un enfoque sorprendente.

“Queríamos darle un sentido de permanencia a la campaña, no limitarnos a crear una pieza más de material publicitario que aterriza en la basura una vez cumplido su cometido. Queríamos producir algo que se convirtiera en objeto de colección y tuviera significado más allá de su vida en los escaparates, al igual que las primeras ediciones de *Rolling Stone*”, afirma el Sr. Dias.

Inspirándose en el legado de larga data de la propia revista, su equipo puso los ojos en las artes tradicionales de la India. Siendo una de las civilizaciones más antiguas del mundo, dicho país aún conserva algunas de las formas de arte más arcaicas y los artesanos practican artes que se transmitieron de generación en generación durante siglos. El Sr. Dias y su equipo confiaron a comunidades de artesanos la reproducción en modalidades de arte tradicional de cuatro de las portadas más conocidas de *Rolling Stone*. La de Jim Morrison se reprodujo en bordado kantha, la de Bob Marley en batik y la de Madonna en zardozi (otra forma tradicional de bordado), mientras que la del rapero 50 Cent se pintó en estilo madhubani. Las imágenes conseguidas fueron una fusión de diseño oriental-occidental que pasó a ser el núcleo de una vibrante campaña contemporánea de publicidad impresa y al aire libre en toda la India.

Rolling Stone India golpea la calle al aunar iconografía moderna y folklore indio. Para los artesanos del país, esta campaña moderna no sólo fue una fuente de ingresos ya que también les dio acceso a un mundo de nuevos mercados y comunicación de masas que jamás hubieran podido soñar.

(c) Copyright 1999-2009 Centro de Comercio Internacional
[Información de contactos](#)
[Webmaster](#)