Programa de Artes Plásticas

Directora
Elaine Delgado Figueroa

Coordinadores
Antonio Alvelo Rosado
Alba Ramos Román

Registro
Nayda Teresa León Torres
Caridad Rodríguez Sáez

Administración
Gloricela Colón Vélez
Marie M. Meléndez Martínez
Elida Rodríguez Vélez

Preparador de sala
Omar Obdulio Peña Forty

Diseño y arte gráfico
Aaron Salabarrías Valle

Enmarcado y montaje
Martín Rodríguez Cabrera

Guia de museo
Frank Valles González

Agradecimientos
Un agradecimientoespecial a Carmelo Esterrich por su entusiasmo contagioso, su amor por las artes y nuestra cultura.

A Reynaldo Román por tu fe, apoyo incondicional, crítica constructiva y guía en esta muestra.

Instituto de Cultura Puertorriqueña

Presidente
Dennis Alicea Rodríguez, Ph.D.

Junta de directores
Rafael David Valentín
Paul Vivoni Alcaraz, Ph.D.
Osiris Delgado, Ph.D.
Ing. Carlos M. López
Edgardo Rodríguez Juliá
Loretta Phelps de Córdova, Ph.D.

Director Ejecutivo
José Luis Vega, Ph.D.

Comisión Asesora Programa de Artes Plásticas
Carmelo Fontánez
Dra. María del Pilar González Lamela
Edgard Rodríguez Luiggi
Jaime Suárez
Joel Weinstein

CARLOS APONTE
UTOPÍAS

25 de octubre de 2007

Programa de Artes Plásticas
Instituto de Cultura Puertorriqueña
Antiguo Arsenal de la Marina Española
La Puntilla, Viejo San Juan
P.O. Box 9024184
San Juan, PR, 00902-4184
Tels: (787)725-8320, (787)724-18770

Portal
http://www.icp.gobierno.pr/apl/index.htm

distritocultural
CIUDADMAYOR
METRÓPOLIS DEL CARIBE

ARTES PLÁSTICAS
INSTITUTO de CULTURA PUERTORRIQUEÑA

Datos Biográficos

Carlos Aponte (Carolina, P.R. 1960)

Es artista, ilustrador y guionista. Cursó estudios en la Parsons School of Design y el Fashion Institute of Technology, donde obtuvo el grado de Bachillerato en ilustración de modas.

Su obra plástica ha formado parte de exhibiciones como la *Muestra Nacional de Arte* del Instituto de Cultura Puertorriqueña (San Juan, 2006), *The S Files: La Bienal del Museo del Barrio* (Nueva York, 2005, Museo de Arte de Puerto Rico, 2006), *In Art We Trust* del Centro Cultural Clemente Soto Vélez (Nueva York, 2005) y *OPART* del Museo de las Américas (San Juan, 2000). Recientemente ganó el certamen de pintura mural *Este es mi Nueva York,* organizado por el Museo del Barrio y Budweiser.

Entre sus trabajos más conocidos se encuentran *Íconos de la Cultura Popular Puertorriqueña y otros estereotipos*, una serie de ilustraciones que publica en un libro en 1996. Sus ilustraciones han ocupado las páginas de publicaciones como The New York Times, The Washington Post, Business Week, Tatler, Elle, Vibe, Sports Illustrated, Conde Naste y British GQ, entre otras. En 2005, Aponte fue uno de los doce artistas seleccionados para ilustrar una edición especial de la revista The New Yorker.

Aponte ha desarrollado animaciones y campañas publicitarias para la televisión y el cine. Sus animaciones para las campañas de Coca Cola, NTB y el Banco Popular recibieron numerosos reconocimientos. Una de sus campañas más notorias fue la serie de comerciales de Coca Cola sobre el deporte del Críquet dirigida a los mercados de Sri Lanka, India y Pakistán. Como resultado del éxito de esta campaña, Coca Cola le comisionó tres comerciales para la serie mundial de béisbol de los Estados Unidos. Estos comerciales se estrenaron durante las Olimpiadas durante elverano de 1996.

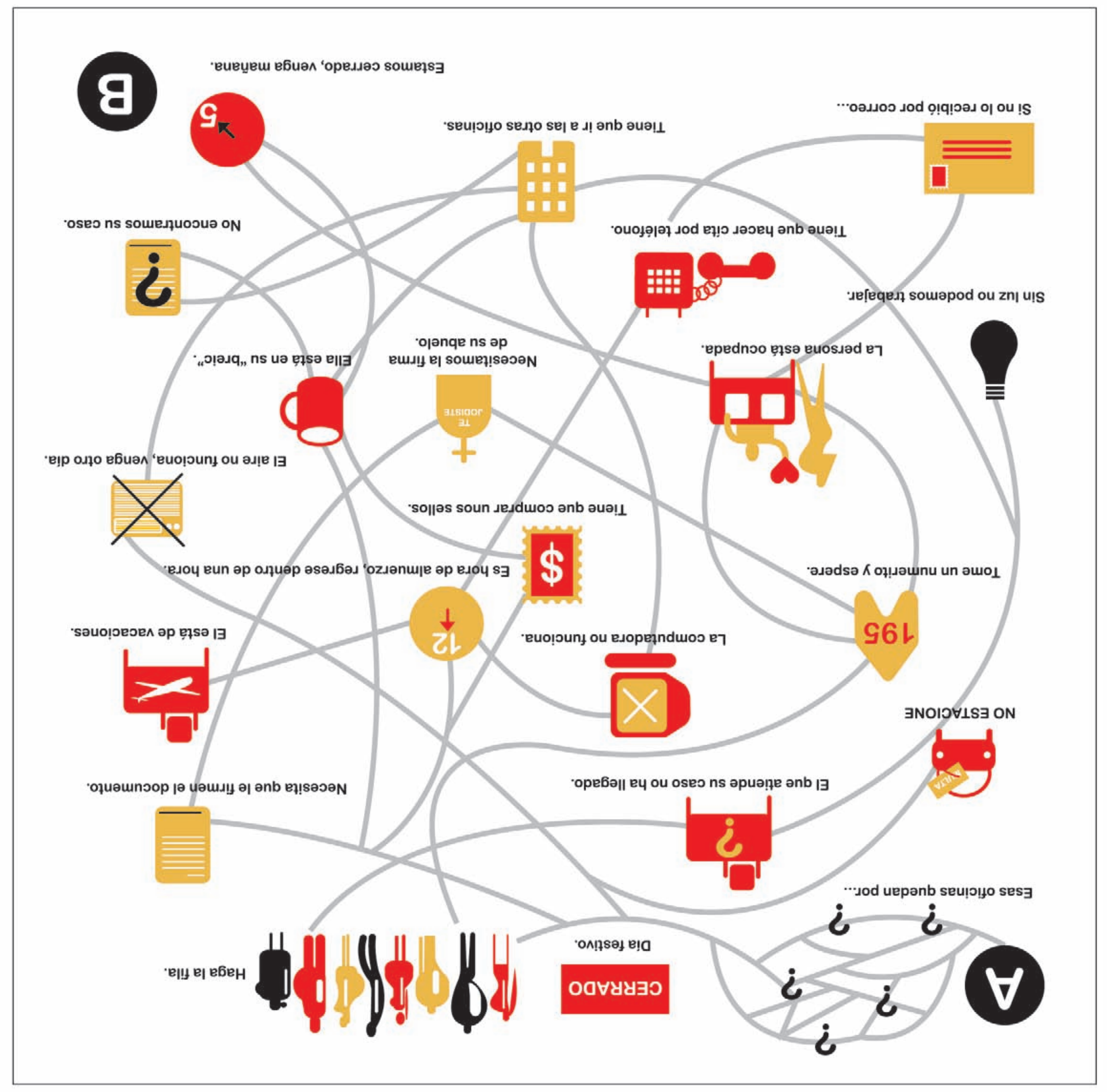
Aponte reside actualmente en Nueva York. Además de su labor como artista e ilustrador, cursa estudios de cine y se desempeña como profesor del Fashion Institute of Technology. Su proyecto más reciente es *Boquitas*, una serie de dibujos animados.

www.carlosaponte.com

Obras[1]

¿Va pa'l pueblo?	24" X 48"
De A hacia B	24" X 24"
Ay lof Puerto Rico	24" X 24"
Más o menos	24" X 24"
Divida	24" X 24"
Cuatro	24" X 24"
Significa	24" X 24"
1985	24" X 24"
2007	24"X 24"
1973	24" X 24"
1978	24" X 48"
1996	24" X 24"
1992	24" X 24"
1949-1965	24" X 24"
2004	24" X 24"
Bisexuales	24" X 24"
Son idos	48" X 24"
Óyeme	24" X 24"
Los invasores	24" X 24"
Los invasores II	24" X 24"
Figúrate	24" X 24"
Ganga	24" X 24"
Navidad	48" X 24"
Espuela'o	24" X 24"
El Día de los Muertos	24" X 24"
50 cents	48" X 24"
Bobo	24" X 24"
Encabulla Vuelve y Tira	24" X 24"
Más rápido	24" X 24"
Los pájaros	48" X 24"
Corona de espinas	24" X 24"
Corona de espinas II	24" X 24"
Corona de espinas III	24" x 24"
Corona de espinas IV	24" X 24"
Peos Americanos	24" X 24"
Como Ríos de Agua Viva	24" x 24"
Éxodo 15:22-16:35	24" x 24"
Bodegón	24" x 24"
DeModa	48" x 24"
El guineo	48" x 24"
San Crimen	24" x 24"
Asalto navideño	24" x 24"
Hombre I & 2	48" X 24"
Machomorfósis	24" x 24"
Entre cejas	48" x 24"
Desconectado	48" x 24"
La Virgen	24" x 24"
Mi religión	24" x 24"
La Cruci-ficción	24" x 24"
Resurección Walgreens	24" x 24"
Cristo te Ama	24" x 24"
Pesebre del Museo de la Biblia de Font	24" x 24"
Diablo	48" x 24"
Hombre	48" x 24"
Mujer	48" x 24"
Los otros	48" x 24"
Los mundos	24" x 24"
A cada lechónle llega su Navidad	48" x 24"
Madeinusa	48" x 24"

Toda la obra es digital impresa sobre papel.
Realizadas entre el 2006 y 2007.



De A hacia B. 24" X 24". Impresión digital sobre papel.
A la derecha. *Encabulla Vuelve y Tira.* 24" X 24". Impresión digital sobre papel.
En portada. *Madeinusa.* 24" x 48". Impresión digital sobre papel.

Pollitos redentores, peos bélicos, piñas explosivas. Organigramas de la burocracia.

¿Utopías?

El trabajo reciente de Carlos Aponte, para decirlo sin palabritas de domingo, no tiene pelos en la lengua. Es burlón, es macabro, es satírico, es bien sato. Pero sobre todo es lúcido.

Lo primero que resalta en la exhibición es el diálogo que mantienen estas imágenes con estilos visuales a los que estamos acostumbrados, aunque no necesariamente en el espacio de una galería. El arte de *Utopías* mantiene sin duda una estrecha relación con el diseño gráfico, el arte comercial y la ilustración contemporánea; pero estamos aquí ante un arte que se fuga de lo comercial, que se apropia de la iconografía de lo publicitario para deshacerse del objeto visual como texto seductor a comprar, a consumir. Estas imágenes nos ponen a **re**considerar.

De cierta manera, esta producción de Aponte se acerca al proyecto político de la revista canadiense *Adbusters*, la cual se ha dedicado por años a la tergiversación de la publicidad norteamericana con propósitos contradiscursivos; pero lo que separa a *Utopías* de ese proyecto es la (aparente) simplicidad de su imaginería. Las imágenes son reducidas, concentradas, sucintas: tienen la energía del cartel y de la camiseta. Son un frenazo visual. [En efecto, algunas de las imágenes fueron concebidas originalmente como carteles y algunas son ya camisetas.] Casi me atrevería a decir que se acercan al logotipo. Pero lo que produce Aponte no son logotipos, aunque respondan a una semiótica similar: son signos, sin duda, pero son signos alarmantes.

Hace un poco más de diez años, Carlos Aponte y la tipógrafa y diseñadora gráfica Edna Acosta presentaron sus *Iconos de la cultura popular puertorriqueña y otros estereotipos* (convertido en libro en 1996). En esa serie el foco era la cultura popular y un acercamiento a las contradicciones identitarias con respecto al idioma, el género, la sexualidad, la política y la cotidianidad. *Utopías* continúa con muchos de estos temas, pero el tono es más oscuro y definitivamente más violento, aunque no menos humoroso que en *Iconos*.

En el arte comercial el humor es la sonrisa o la carcajada que relaja, que asegura un mundo accesible de posibilidad y mobilidad. El humor de *Utopías* no puede estar más lejos de eso: aquí es una bomba de tiempo que desmantela toda una serie de problemas sociales, ambientales y politicopartidistas. Si la ocurrencia en "Machomorfosis" sobre la curiosa evolución del hombre puertorriqueño es sumamente humorosa, la sonrisa en nuestra boca dura sólo unos segundos, al darnos cuenta de la reconfiguración de la masculinidad que Aponte apunta en su 'diagrama.'

La violencia es posiblemente el elemento que forma el tejido principal de la colección. "San Crimen," imaginado desde la tradición de los santos puertorriqueños—además de ser un homenaje a los santos setenteros del artista gráfico puertorriqueño José Rosa—sirve de ícono macabro para toda la exhibición: vivimos frágilmente, existimos a balazos.

"Diciembres" no es una conmemoración folclórica de la época navideña sino un recuento brutal de las violencias de finales de año: un trompo que ya no es juguete sino un arma blanca; máquinas de dulce llenas de armas en vez de bolas de chicle (¡y sólo a 50 centavos!); y un árbolito de navidad no sólo decorado sino compuesto de balas, pistolas y otros accesorios navideños necesarios para despedir el año. El lechoncito/alcancía ha sido matado de un tarjetazo. El rojo navideño ya no es símbolo de las pascuas sino de nuestra existencia sangrienta.

La violencia de la modernidad está por todas partes. Y el medio ambiente parece ser su principal víctima. En "Invasores," la cementificación de la isla se reconfigura como un simple y ochentoso juego de video: 99 casitas de cemento atacan a un arbolito que se trata de defender. La contaminación es otro invasor violento: el monóxido de carbono que despide un carro son bombas a punto de estallar. Pero Aponte denuncia además otros tipos de contaminación que no son generalmente reconocidos como tal, como lo es el ruido: alarmas, radiograbadoras, motoras y perros ensordecen el minúsculo edificio de apartamentos.

Y claro está, la guerra. Una de las imágenes más poderosas en la exhibición es la de un guineo ya bastante maduro. Lo que parece ser simple y llanamente el ennegrecimiento de la cáscara en su inevitable proceso de putrefacción (con mimes y todo ya rondando la fruta) es, al mirar bien, bombardeos, humo de aviones y barcos de guerra, pistolas, rifles, ametralladoras, bombas. Es curioso—y acertado—que Aponte conecta a la guerra con la contaminación ambiental: el guineo tiene fábricas (¿de armamentos?) despidiendo oscurísimas nubes de humo, y lluvia (¿ácida?) cayendo. Toda la escena está salpicada de estrellas, muy posiblemente caídas de 'la pecosa.' Y no son mimes, sino aviones de propulsión a chorro.

La violencia está dirigida además hacia el cuerpo humano. Pero, curiosamente, es el cuerpo del hombre—en vez del de la mujer, típico objeto de lo corporal—el foco principal. Como parte de toda esa reciente obsesión del cuerpo masculino consigo mismo, el hombre en *Utopías* se ha dedicado a transformarse como un transformista: esa transformación quizá pasa desapercibida por quien se afeita todo el cuerpo para dejar un triángulo en el pubis o quien se arregla las cejas, pero para Aponte, como queda claro en "Hombres," esa alteración corporal es similar al maquillaje, a la faja, a los tacos de 5 pugadas que llevan buen tiempo alterando el cuerpo de la mujer. Esta crítica a la alteración estética—este dejar de ser para ser otro—es a mi ver uno de los momentos más originales de la exhibición.

El arrebato consumerista—deporte preferido del puertorriqueño y objetivo principal del arte publicitario que Aponte intenta desmantelar con esta exhibición—es otro de los temas principales de "Utopías." Las espuelas de un gallo son el logo de "Nike." El colmo de ese consumerismo que arropa nuestra sociedad queda clarísimo en "Ganga:" una nube negra llueve sobre un vecindario, y las gotas del aguacero forman una barra codificadora. Incluso en el logotipo de lo gay boricua (parte de "Hombres"), la pareja de homosexuales parece construir su identidad no alrededor de su orientación sexual sino con objetos de consumo: computadoras para ver pornografía, tarjetas de crédito, celulares, martinis, divas, carteras Louis Vuitton, el show de los Óscares, calzoncillos y discotecas.

Quizá una de las cosas más refrescantes en *Utopías* es el hecho de que Aponte evita ver las cosas en blanco y negro (¡a pesar de que a veces visualmente sea así!). En "Con fe (sado)" su actitud ante la religión es definitivamente crítica—el código de virginidad impuesto en la mujer, la oposición al matrimonio de homosexuales—pero su postura no es antirreligiosa, como queda claro en sus alusiones a la comodificación y comercialización de lo cristiano: un pollito resucita de un huevo de pascua, el demonio hace de la aureola de Cristo un hoola-hoop y el conejito de 'Easter' se caga, literalmente, en Cristo.

Y por supuesto lo político-partidista, algo ya satirizado en *Iconos*, continúa preocupando al artista. La serie de seis mapas, "Los Mundos," juega con la iconografía del atlas geopolítico y la perspectiva partidista para representar su visión de mundo: mientras el penepé destierra a la isla para insertarla dentro de la porción continental de los Estados Unidos, los socialistas imaginan un vieques gigantesco. Y el esperpéntico "Partidos" es el ataque frontal al logotipo partidista con sus lemas emancipadores: el hombre con la pava es un inválido en silla de ruedas o una calabaza de Halloween, o un Frankenstein o un setentero vampiro de Moca (¡¿o un chupacabras?¡). Y el lema "Pan, tierra y libertad" del Partido Popular Democrático queda traducido en una hamburguesa, un grupo de casas de cemento cortando árboles y una pistola. El penepé no se salva de esto: una palma gotea sangre (¿por el Cerro Maravilla?), y lo que caen de ella no son cocos sino bombas.

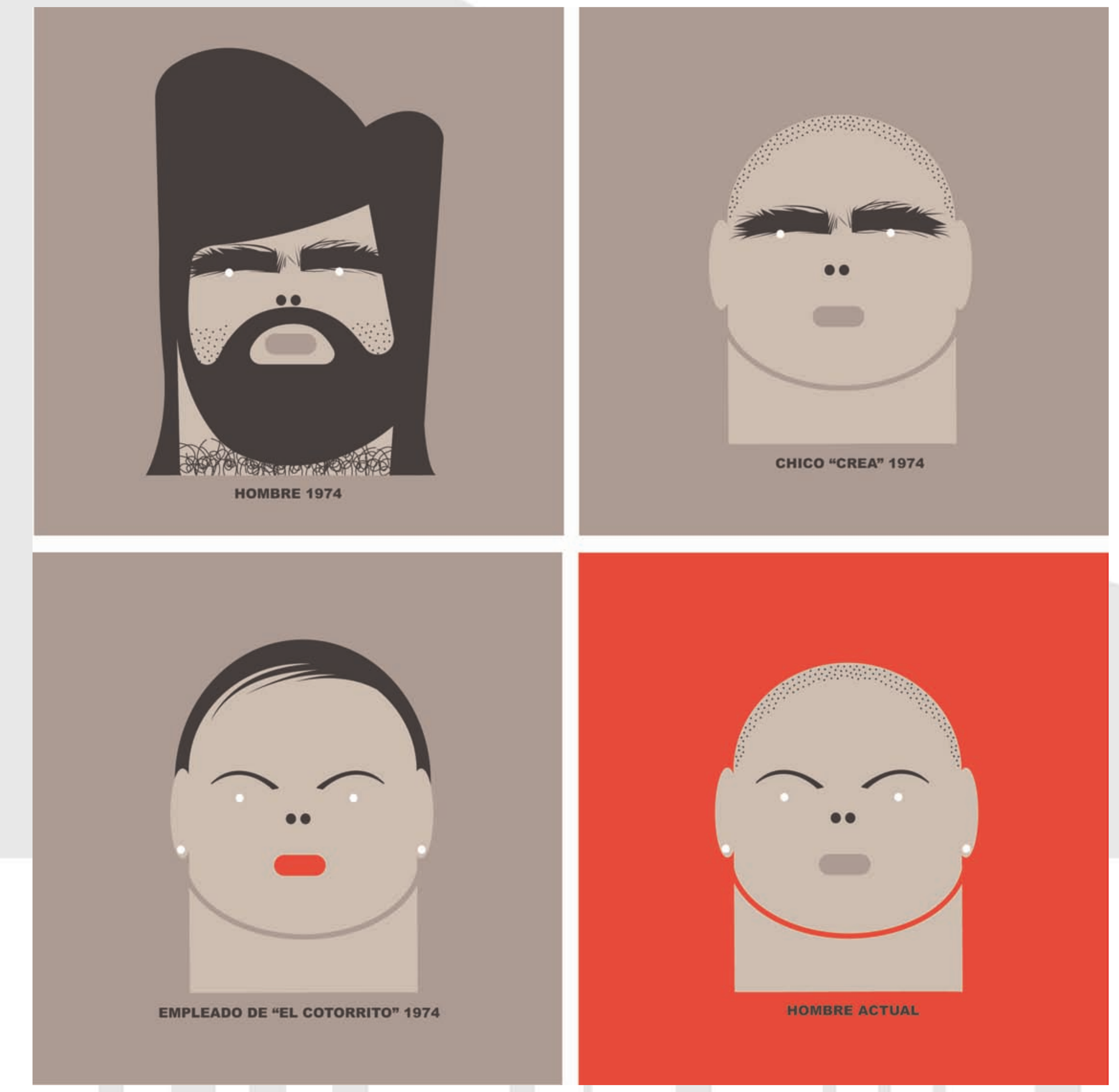
Pero si la crítica de la obsesión partidista como definitoria de nuestra política enmarca a la obra de Aponte como parte de lo "puertorriqueño," *Utopías* se posiciona definitivamente dentro de lo que se podría denominar como 'glocal,' es decir, inmiscuida en los asuntos que nos conciernen en nuestro país pero absolutamente consciente de que esos asuntos están ligados a una problemática global: la violencia cotidiana, lo secular vs. lo religioso, la contaminacón, la guerra.

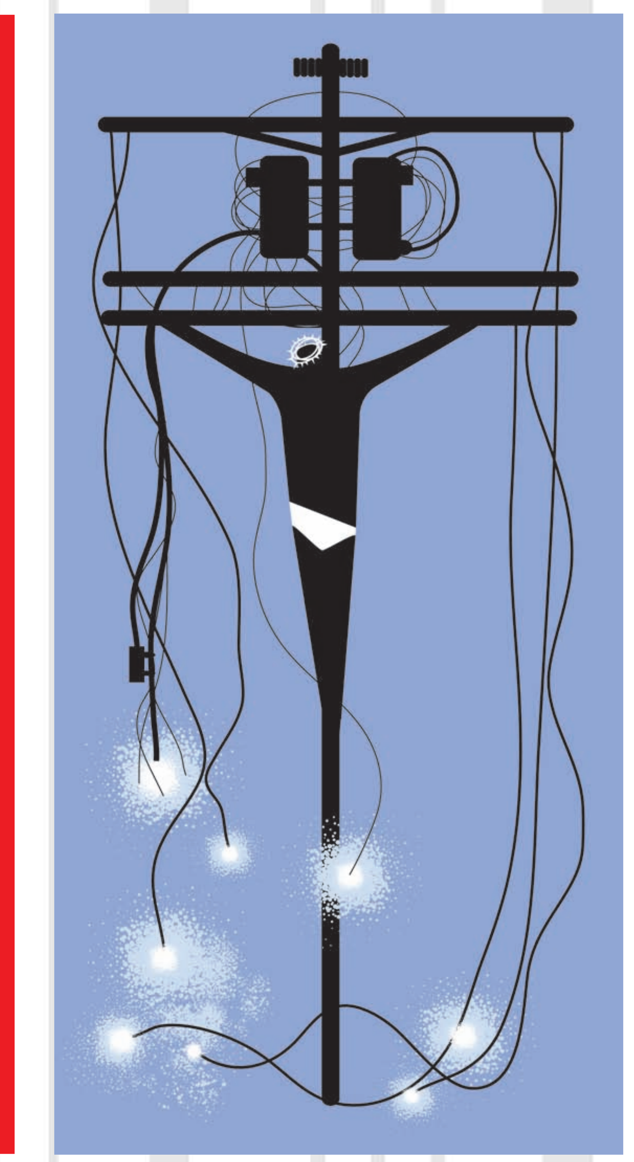
Pero, ¿utopías?

De cierta manera, la publicidad y el arte comercial son por definición utópicos: anuncian un mundo, un objeto, un espacio idealizado y engañosamente asequible, a pesar de su imposibilidad (social, monetaria, nacional, real). Y es quizá por ahí que van los tiros del arte de Carlos Aponte: son gestos que desmantelan la naturaleza utópica de nuestro mundo visual-publicitario. La utopía es el no-lugar—si nos remontamos a la definición de diccionario de la palabra—y es precisamente eso lo que esta exhibición nos sugiere: lo que no aparece aquí es el mundo posible **a partir** de la sátira mordaz, lo que puede existir **después** de una mirada crítica. De cierta manera, es la estrategia optimista por exclencia: vivimos en el peor de los mundos y por eso el cambio y la transformación son indispensables. Y las "utopías" de Carlos Aponte son, a fin de cuentas, el primer paso necesario antes de lanzarnos hacia lo posible.

Carmelo Esterrich es profesor de estudios culturales en Columbia College, Chicago.

Espuela'o. 24" X 24". Impresión digital sobre papel.
La Lluvia. 24" X 24". Impresión digital sobre papel.





Machomorfósis. 24" x 24" (cuatro paneles). Impresión digital sobre papel.
50 cents. 48" X 24". Impresión digital sobre papel.
Desconectado. 48" x 24". Impresión digital sobre papel.
Asalto Navideño. 24" X 24". Impresión digital sobre papel.
Peos Americanos. 24" X 24". Impresión digital sobre papel.

Carlos Aponte. ¿Va pa'l pueblo? 24" X 50". Digital sobre papel.