Centro Cultural de España en Santo Domingo | Capital Books

Gráfica Independiente Dominicana 2000 - 2010

Capital BOOKS

GRÁFICA INDEPENDIENTE DOMINICANA 2000/2010

EMBAJADA DE ESPAÑA EN REPUBLICA DOMINICANA
aecid CENTRO CULTURAL
Capital BOOKS

Colección Gráfica
Capital Books
capitaldbg.com

Título:
Gráfica Independiente Dominicana 2000-2010

©2013, Rossy Ramos, Ángel Rosario y Maurice Sánchez
©De la presente edición 2013, Capital Books

Dirección Gráfica: Maurice Sánchez
Diseño Editorial: Javier Reyes
Composición y edición de textos: Ángel Rosario y Rossy Ramos

ISBN: 978-9945-8890-0-0
Impreso en República Dominicana
Printed in Dominican Republic

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, sin el permiso de los autores o la editorial.

Contenido

04 Prólogo
Mario Dávalos Perdomo / Joaquín Benito
Ángel Rosario / Rossy Ramos / Maurice Sánchez

10 De Concho Primo a Juan Pablo Duarte y no al revés.
Sara Hermann

16 El país que me entró por los ojos.
Camilo Venegas

22 Gráfica Independiente Dominicana 2000-2010.

27 Cultura Popular

54 Política

80 Ciudad

102 Apuntes para recordar ciertas vainas.
Ivory Nuñez

106 Gráfica Independiente Dominicana: Nuevas modalidades críticas.
Maja Horn

123 Agradecimientos

Una agencia de publicidad, al igual que un frutero, una banca de apuesta o un pica pollo chino, es parte de algo más grande, en este caso; Santo Domingo.

Desde los inicios de Capital DBG, desde la selección del nombre que llevaría nuestra agencia hasta la visión integral de lo que hacemos y cómo lo hacemos, hemos tenido muy claro la relación ciudad-ciudadano y como ésta afecta la relación marca-consumidor. Después de todo, una agencia de publicidad, si quiere ser exitosa, debe aprender a escuchar: escuchar a los ciudadanos que deambulan por todas las arterias de la ciudad a toda hora y toman decisiones que impactan las empresas que nos contratan. Debe aprender a escuchar el ritmo de una ciudad que constantemente condiciona esas decisiones y que influye directamente en el vocabulario visual que utilizamos para comunicar lo que queremos comunicar. Una ciudad es probablemente el factor más importante en el comportamiento colectivo de sus habitantes, y su manera de modificar y alterar el vocabulario de símbolos y signos a nuestro alrededor es vital. Es en esta relación tan especial donde lo visual juega un rol primario. La ciudad, sus signos, símbolos y señales, las consumimos de manera gráfica.

El diseño gráfico es parte esencial de una cultura y su identidad. Los colores, formas y el tono detrás del lenguaje gráfico, son un retrato no sólo de las personas que lo producen, sino también de quienes lo consumen. Podríamos decir sin ningún tipo de reparo, que el diseño gráfico es la forma más democrática de todas las artes visuales.

Estos diseñadores han tomado la identidad dominicana y la han llevado a un lenguaje gráfico, popular y a la vez sofisticado. Haciendo a veces referencia a técnicas y métodos populares han logrado llevar un discurso contemporáneo y vanguardista, que en ocasiones hace referencia a personajes históricos e inlcluso políticos. Desde el plátano, los caco-negro, el Quisqueya Park y otros personajes que han marcado la dominicanidad.

El lenguaje gráfico al igual que el verbal, está en constante evolución. No se puede definir ni descifrar completamente porque nunca será igual, ni siquiera por un instante.

Para Capital DBG y Capital Books es un honor poder ser parte de la recopilación de esta iniciativa que por primera vez evidencia la importancia de un lenguaje usualmente utilizado para la comunicación comercial y publicitaria, como una herramienta cultural sumamente poderosa.

Mario Dávalos Perdomo
CEO / Capital DBG

El Centro Cultural de España en Santo Domingo, como agente de la cooperación cultural española en República Dominicana, participa activamente en el intercambio creativo entre nuestros dos países. Por ello, nos resulta importante poder colaborar en la puesta en circulación de esta publicación que presenta el grafismo independiente dominicano más reciente, puesto que como institución siempre hemos apostado por la contemporaneidad, la creatividad y la voz ciudadana. Y esta publicación conjuga todo ello.

En 2009, la revista Zona de Obras publicaba un especial sobre República Dominicana que contenía una especie de diccionario "***de todo aquello que hay que saber sobre la gente, las costumbres, la vida social el arte y la cultura de Santo Domingo".*** De esas 150 definiciones, entre las que se encontraban entradas de todos los estilos (desde "pelotero" a "María Ugarte") un 10% incluían referencias a ilustradores e ilustradoras o a colectivos relacionados con ellos.

Esto nos parece un buen ejemplo de la trascendencia que ha tenido la ilustración, y su imbricación en el mundo de las artes visuales, en el comienzo del siglo XXI en República Dominicana. Y por lo tanto, la importancia y presencia que ha tenido en la última década en nuestro Centro, ya que muchos y muchas de los protagonistas de estas páginas han pasado por nuestros espacios expositivos, han dirigido talleres, han diseñado actividades, y de una forma u otra han sido protagonistas del CCESD.

En este contexto, no hay que olvidar que la producción de estos ilustradores e ilustradoras, y fue un buen ejemplo las imágenes vistas en la exposición previa a esta publicación en 2011 en el CCESD, fue militante en el contexto social y político de esa década. Grafismo nada inocente, voces que planteaban desde diversas posiciones y con diferentes sentidos de la crítica, otra visión del mundo que les rodeaba.

Por todo ello, nos consideramos unos privilegiados por sentirnos también protagonistas de la creatividad dominicana y de compartir con la sociedad civil sus expresiones y planteamientos.

Joaquín Benito
Director / Centro Cultural de España en Santo Domingo

Tomando en cuenta la falta de una crítica militante y el poco interés por la documentación en nuestro país, este proyecto editorial no solo se enfrentó con la emoción nostálgica de una exhibición y sus personajes, sino que abrazó la preocupación de que aquellos eventos que iniciaron a finales de los 90s en la periferia del arte en Santo Domingo se disolverian en el tiempo sin ningún referente o nadie que los vindique. Este material solo es el inicio para nuevos diálogos, ya que nuevos "independientes" siguen aún creciendo en otras direcciones, utilizando otros medios y bajo la lupa de otros temas.

Rossy Ramos

Una imagen dice más que mil palabras, pero para mi una palabra resume este libro lleno de imágenes.
Colaboración.
Porque sin colaboración muchos de estos proyectos no se hubieran llevado a cabo durante estos 10 años.
Y sin colaboración esta publicación tampoco existiría.

Ángel Rosario

Este documento es una memoria, para recordar y reconocer a una generación que heredó 1 "página en blanco" y decidió llenarla.
Estas 124 páginas son sólo una pequeña muestra del resultado.

Maurice Sánchez

De Concho Primo a Juan Pablo Duarte y no al revés.

Apuntes históricos sobre la producción gráfica de contenidos independientes

Sara Hermann

Para iniciar estos apuntes creo que es importante definir algunas cuestiones que trataremos y que de muchas maneras limitarán nuestro análisis y objeto de investigación. El tema de la gráfica independiente tiene muchas aristas y muchas preguntas desde donde abordarse. Estas interrogaciones, no solo se refieren a la gráfica en sí, sino a su cualidad de independiente. Por lo que prefiero iniciar con una aclaración necesaria: ¿Qué considero independiente, la gráfica, el medio gráfico o el concepto que maneja?

Esta primera cuestión es peliaguda. Yo, para los fines de mi análisis, prefiero definir esta producción dentro de los márgenes de la independencia conceptual. Mucha de la producción gráfica primera de nuestro país a la que nos referiremos establece su independencia desde lo discursivo. Por lo mismo, podremos ver una ilustración de Ramón Frade para la revista *El Lápiz* de 1891 al mismo tiempo que las ilustraciones de las revistas de grupos masones de principios de siglo que tenían cierto impacto en este tipo de medio gráfico. Estas expresiones han sido objetos de preocupación académica desde hace años. Sin embargo, también es cierto que pocas veces se ha acometido su estudio desde la perspectiva de los estudios visuales y hasta del propio periodismo que es el campo que les da origen y que todavía hoy constituye uno de sus soportes principales.

De ahí que considere que son los puntos históricos de crisis los que propician la gráfica, sobre todo el trabajo gráfico crítico e independiente. Esto me hace concluir la respuesta a la primera pregunta con la afirmación de que si bien es cierto que la independencia de la gráfica está determinada por los medios (fundamentalmente los técnicos) también estará signada de manera irreversible por el contexto en que se desarrolla.

Abordando el tema desde un punto de vista contextual, entonces me planteo otras interrogaciones: ¿Desde qué momento se podría hablar de una gráfica independiente en nuestro país? Esta pregunta se pudiera responder de variadas maneras también, y sus orígenes exactos son muy difusos como para dar una fecha precisa. Sin embargo, se puede hablar de determinadas publicaciones que sin ser independientes (pertenecían a grupos intelectuales, sociales y hasta religiosos) establecían códigos de independencia desde su propio génesis gráfico.

Pero establezcamos un contexto exacto primero: Una noche de noviembre de 1900 se exhibieron en Puerto Plata once películas de la casa Lumiére de Lyon en el local de la Sociedad Republicana. Empezaba así la historia de la imagen en República Dominicana. Esto lo digo porque el enfrentamiento del público a este tipo de imágenes favoreció un singular ámbito de emisión y recepción de mensajes visuales y una nueva modalidad de gráfica. Al imaginario estético, persuadido por corrientes Románticas, Nacionalistas y Academicistas europeas (estrechamente vinculadas a los procesos históricos que acaecían en nuestro país) se le suma la imagen en movimiento, una visión panorámica de la realidad. El caudillismo y la deuda externa serían la excusa para que en 1907 se aprobara la Convención Dominico-Americana que otorgaba a Estados Unidos el control de las aduanas, que era lo mismo que decir, de la economía dominicana. Ese sería el paso inicial para la primera ocupación del territorio nacional por las tropas norteamericanas en el siglo veinte, por vía de la economía, que se extiende hasta 1924. El corolario de la invasión sería la tiranía de Trujillo la cual duró desde 1930 hasta 1961.

Es en este espacio temporal que se inician dos líneas fundamentales para nuestro análisis de hoy:

- Proyectos editoriales con búsquedas intelectuales y sociales
- Material gráfico tipo pasquín o volante de carácter político, festivo y publicitario

Entre estos proyectos editoriales se podrían mencionar la revista *El Lápiz*, el periódico *El Dominicano*, revista *Blanco y Negro*, revista *La Opinión* y

por supuesto *Cuna de América* volumen periódico de la organización masona del mismo nombre que llenaba sus páginas de textos críticos, poesía e imágenes de reflexión sobre la sociedad dominicana de ese entonces.

En cuanto al material político, creo que es fundamental mencionar la labor de configuración de una imagen contundente y de alto alcance en las masas que propusieron figuras como Ramón Mella Lithgow y Bienvenido Gimbernard. La aparición de Concho Primo determinó un cambio de conciencia en relación con el material visual gráfico. Otra vez volvamos al contexto: no nos debe parecer extraño que los contenidos textuales de las publicaciones constituyera una forma de comunicación bastante selectiva como heredera de formas de hacer foráneas. En nuestro caso el control de las imprentas descansaba ni en el estado ni en los invasores norteamericanos y el pasquín y la caricatura donde primaba la imagen va a tener un peso mayor que los otros tipos de comunicación, debido, fundamentalmente al analfabetismo dominante en la base de la pirámide social.

Me explico más claramente, la combinación de imagen y texto -por lo general, sencillo y breve- de estos mensajes hizo posible desde muy pronto su empleo como instrumento de influencia política y de configuración de la opinión pública. Los creadores permanecían en modo alguno ajenos a lo que ocurría en su entorno: ya sea reflejándolo en el contenido de piezas o viñetas, o bien dando su visión comprometida desde caricaturas o tiras "de opinión" (lo que podríamos llamar comentarios gráficos). Lógicamente, desde el poder se aprovecharon también las posibilidades propagandísticas de la sátira gráfica. Esta función se hizo aún más patente en circunstancias de crisis o bélicas.

Al pasar del tiempo esta relación se hizo más evidente. Sobre todo durante la Guerra de Abril de 1965 y la otra intervención norteamericana. Y volvamos al contexto:

En los años 60 el mundo del arte era estimulante y su producción material e intelectual, definitivamente indispensable. Los medios innovadores tales como la gráfica y el performance se desarrollaban. La producción gráfica de los sesentas captura no solamente un período tumultuoso de cambio político y social, sino que refleja el impacto de las luchas civiles y los principios de una particular ideologización en el mundo del arte dominicano. En este país este decenio estuvo tintado por el ajusticiamiento del tirano Rafael Leonidas Trujillo, elección y posterior derrota de Juan Bosch como presidente, convulsiones y protestas sociales que desembocaron en una Guerra Civil, y finalmente una intervención militar norteamericana . Este convulso status quo va a producir una reacción en los creadores de diversos ámbitos, escritores y artistas, respuestas que van a ir desde la participación activa en los movimientos políticos y conflagración bélica; hasta la definitiva modificación de sus discursos gráficos que van en ese momento a estar cargados de alusiones al contexto donde se desarrollaban.

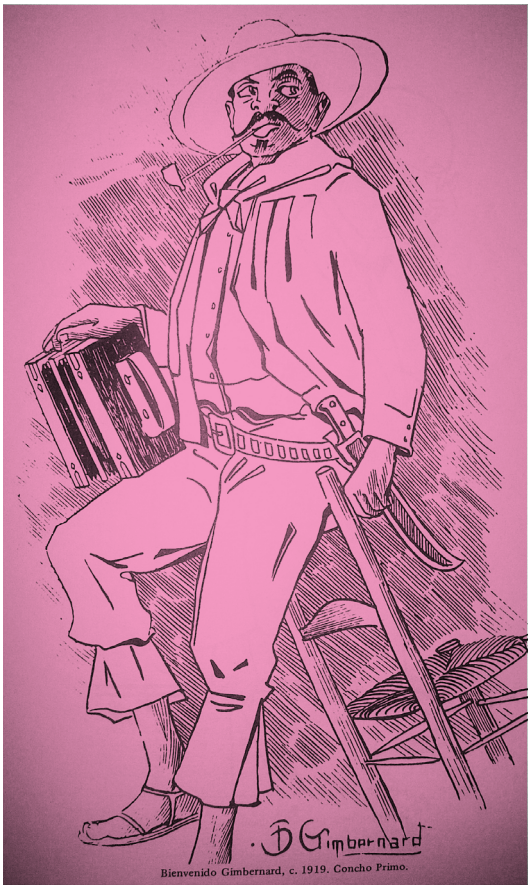
He aquí donde se plantea la urgencia como elemento característico y definidor de la gráfica, sobre todo la cartelística del momento. Según Danilo de

Un material de gráfica independiente evidencia, cuestiona, persuade y plantea una idea desde una perspectiva crítica contundente.

los Santos, "en el espacio cultural que constituye la década del 60 para la sociedad dominicana, se producen sobresalientes registros educativos, literarios y artísticos, que si bien se expresan a instancia de una variación social e ideológica, representan –esos registros- el renuevo y la contraposición de las manifestaciones culturales que le preceden"[1]. A partir de este momento en diversos puntos del país los creadores se comienzan a aglutinar por razones ideológicas o estéticas, dependiendo la predominancia de una u otra de estas razones según el creador o el lugar de desarrollo de los mismos.
En la zona urbana de Santo Domingo donde se concentró la lucha armada y los conflictos debido a la invasión militar norteamericana, se desarrollaron grupos como el *Frente Cultural Constitucionalista, Arte y Liberación y El Puño* entre otros. Estos serán los que se agruparon por razones fundamentalmente doctrinarias y de cariz político para contribuir directamente con las transformaciones sociales que se creían necesarias en ese momento. Los que estructuran estos colectivos a partir de móviles ideológicos van a tener una activa participación en la guerra civil de 1965 y su obra va a favorecer a la configuración del lenguaje del pueblo, de la guerra y de la resistencia a la invasión militar norteamericana que ocurrió como consecuencia de dicha revuelta popular. Paula Gómez plantea que estos colectivos de artistas "configuraron el perfil cultural de los años 60's, cuando la sociedad dominicana fue estremecida por fuertes movimientos sociales de profundas consecuencias para su desarrollo social, político y cultural, entre ellos, la Guerra de Abril de 1965"[2]. Esta colectivización de la creación va a producir importantes cambios en el panorama del desarrollo artístico y social de la nación.

Son estos mismos creadores aglutinados que configuran esa imagen del pueblo en oposición a la imagen de país. Me explico, aunque con fuertes connotaciones patrióticas debido a la invasión norteamericana, estos creadores se plantean desde la gráfica (en su sentido más independiente, crítico y mordaz) una respuesta como pueblo, como conglomerado de personas batallando por un horizonte común.

Aunque la utilización de la imagen crítica es



Bienvenido Gimbernard, c. 1919. Concho Primo.

tan antigua como los propios conflictos bélicos, su función propagandística no ha sufrido muchos cambios a lo largo de la historia y se ha visto ceñida en la mayor parte de los casos a unos usos muy definidos. Por lo general, se ha tratado de una propaganda de consumo local, que funciona como propaganda positiva para los locales y de ataque al enemigo foráneo. Esto me lleva directamente a la quinta pregunta que me plantee: ¿Cómo se puede abordar este fenómeno desde el punto de vista histórico y discursivo sin que se refiera exclusivamente a un género en específico (cartel, pasquín, volante, u otra forma de comunicación gráfica)?

Hay fronteras muy difusas, como se habrán dado cuenta, entre las gráficas insertas en publicaciones, los materiales gráficos de distribución masiva, el cartel y otros medios de comunicación gráfica de contenidos independientes. Más que determinar un género específico que pudiera considerarse "más popular" o "más independiente" se trata de determinar sus funciones para considerarlas como elemento unificador y definidor. Un material de gráfica independiente evidencia, cuestiona, persuade y plantea una idea desde una perspectiva crítica contundente.

Esto nos lleva a los 70's y a su contexto: La década que comprende 1970-1980, podría ser considerada como una de las más sombrías de la historia dominicana. Como resaca de la lucha patriótica contra la invasión estadounidense, bandas paramilitares desarrollaron una campaña de asesinatos selectivos que aterrorizaron a la ciudadanía. Mientras, en base al fraude electoral, Joaquín Balaguer se reelegía sin oposición aparente en 1970 y 1974. Una repatriación armada encabezada por el constitucionalista y ex presidente Francisco Caamaño en 1973 es aniquilada y su líder asesinado. Los excesos sangrientos y los fraudes electorales fueron colmando la copa de la paciencia ciudadana. Al tiempo que esto sucedía, otros elementos se sumarían a este estado de cosas. Un creciente bombardeo de información, imágenes y patrones culturales de Norteamérica va ir también moldeando la producción cultural. Al mismo tiempo, la abulia generalizada (por el obvio sentido de desesperanza que invade a la ciudadanía) de la mano con la creciente mercantilización y acomodamiento de sus gestores provocando provocando lenguajes facilistas y fácilmente vendibles impregna el mundo de las llamadas bellas artes, mas sin embargo no pasa así con el mundo de la producción gráfica. La producción gráfica, como era de esperar se contrapone también desde una vertiente de ruptura, de rebeldía y contraposición a esas modalidades de ejecución artística. Aquí otra pregunta fundamental: ¿Es posible hablar de una gráfica independiente en circuitos dependientes? Es necesario mencionar entonces el trabajo de Frank Almánzar y de Carlos Sangiovanni, desde sus propuestas artísticas individuales así como en trabajos editoriales y periódicos

como la colaboración para el suplemento *Aquí* del periódico *La Noticia*.

Durante su reducida trayectoria como artista, Frank Almánzar trabajó desde la gráfica en los asuntos temáticos que revalorizan cuestiones de carácter social y nacional, a través de los rostros y figuras de patriotas dominicanos y extranjeros como Luperón, Cabral, Sánchez y sobre todo Juan Pablo Duarte, y los poetas Don Pedro Mir y Aida Cartagena. Sobre los héroes y heroínas puertorriqueños creó un tríptico en homenaje a Albizu Campos y trabajó a la poeta Julia de Burgos. Chiqui Vicioso atestigua que "desde la década de los 70 Frank Almánzar decide establecer un contacto más directo con la comunidad. Innumerables sindicatos, escuelas, clubes y provincias conocieron su obra y discutieron con él, (en sus Talleres de Expresión Gráfica, y sus innumerables muestras colectivas y muy pocas individuales, debido a su carácter investigativo) su visión como artista y como dominicano."[3]

Esta referencia del trabajo gráfico crítico a situaciones de crisis apunta nuestras ideas a la cuestión de: ¿desde dónde se genera ese trabajo gráfico?

Llegando a la década de los 80 el grupo de personas que se aventuraron a plantear un discurso desde la gráfica incluía intelectuales, artistas, pensadores en general. De aquí en adelante es la profesionalización de estos creadores lo que marcará una diferencia tanto en las formas (entendidas como los aspectos técnicos y formales) como en los contenidos (entendidos entonces como las capacidades discursivas críticas de esta gráfica). Igualmente la información será un detonante en estos discursos generando la real y única era del diseñador… que furor ha causado.

Notas

[1] De los Santos, Danilo. Catálogo "X Exposición Colectiva Jueves 68". La Galería, Altos de Chavón. La Romana, República Dominicana. Julio 1981.

[2] Gómez, Paula. "Dimensiones Heroicas, arte dominicano de los 60's". Museo de Arte Moderno. 2002. Santo Domingo, República Dominicana.

[3] Vicioso, Chiqui. *A veinte años de Frank Almánzar*. Periódico Hoy, 12 Agosto 2006.

El país que me entró por los ojos.

Camilo Venegas

Se dice que el mundo cambió para siempre el 11 de septiembre de 2001. El mío se trocó 10 meses antes, el 30 de noviembre de 2000. Ese día aterricé en el aeropuerto de Las Américas, en República Dominicana, con dos maletas llenas de libros y música. Traía conmigo, también, la decidida intención de no volver a Cuba.

Cuando salí de La Habana el cielo estaba nublado y hacía mucho frío (según la escala que tenemos los cubanos para medir la temperatura). Cuando llegué a Santo Domingo todo estaba despejado y las cosas parecían hervir. Un mediodía interminable se cernía sobre cada cosa.

Había otra diferencia que saltaba a la vista: los colores. El mundo que dejé atrás estaba descolorido. Me fui de un país embargado por las manchas de humedad, el gris y el ocre. Llegué a otro donde siempre se las arreglan para que todo parezca acabado de pintar.

Recuerdo haber anotado eso en una libreta: "Donde quiera que los dominicanos encuentran un espacio en blanco, lo llenan de colores. Es muy raro encontrar una casa y mucho menos un edificio de un solo color". Era apenas una primera impresión, una entre tantas.

A la mañana siguiente comencé a trabajar en el periódico ***El Caribe***. Todo lo que sabía de los dominicanos se lo debía a los diarios de José Martí, los cuentos de Juan Bosch y las canciones de Juan Luis Guerra. Los cañaverales de Guillo Pérez y los merengueros de Yoryi Morel completaban mi escasa visión.

Un campesino de Gurabo acababa de asumir la presidencia. A diferencia de sus antecesores, Joaquín Balaguer y Leonel Fernández, no vestía de funerario sino de guayabera y sombrero de Panamá. Tampoco era rebuscado en sus discursos. Sus frases eran llanas… en el mejor de los casos.

Santo Domingo se aprende a pie

Durante mis primeros días en el país traté de entender la gente que lo vivía. Ni los periódicos, ni la radio o la televisión pudieron explicarme nada. En esos medios, por lo general, se hablaba un idioma muy diferente al que yo oía en la calle. Cansado de leer y oír en vano, me puse a mirar.

Freddy Ginebra y Alfonso Dicenta, un amigo español que me acogió en su casa durante los primeros meses, fueron claves en mi proceso de adaptación. Con Freddy entendí que la alegría es una de las formas que tiene este pueblo de hacer catarsis. Con Alfonso, aprendí a orientarme y a mirar.

Por mucho tiempo fui al periódico a pie. A pesar de que todos me aconsejaban de que no lo hiciera, disfrutaba caminar por ese estrecho callejón en que se convierte la calle Doctor Defilló entre la Gustavo Mejía Ricart y la John F. Kennedy. Nada me explicó mejor la identidad de los dominicanos que esas pocas cuadras.

Allí estaba todo lo que necesitaba saber de Santo Domingo: los gestos, las voces, los sabores, los olores, la música, el silencio y, sobre todo, el ruido. Aunque La Habana es también una ciudad ruidosa, no llega al extremo de Santo Domingo, donde se le rinde culto a la estridencia.

En esa calle también entendí la gráfica dominicana, pues en ella se juntan carteles de todo tipo y con todo propósito. Colmaderos, políticos, merengueros, peluqueros, polleros, electricistas, bachateros, masajistas, chicharroneros y coqueros se anuncian con idéntica desproporción, si dejar apenas un espacio en blanco.

Muchas veces, cuando llegaba al periódico, le comentaba mi experiencia visual a los diseñadores. Eran muchachos muy jóvenes, recién graduados de Altos de Chavón. Ellos tenían lo mejor de los dos mundos. En la Escuela de Diseño había desarrollado una sensibilidad que les permitía recrear el lenguaje visual de la gente en las páginas del diario.

De esas conversaciones surgieron las ideas para hacer varias páginas y no pocos reportajes visuales. Cuando regreso a ellos, recobro el asombro que vivían en aquel momento, vuelvo a tener la inocencia con la que descubrí cada rincón de una manera de ser donde la diversidad es lo que unifica.

Los días de *Pasiones*

Durante dos años fui el editor de *Pasiones*, un suplemento dominical que tuvo *El Caribe*. Aunque la dirección del periódico quería una publicación ligera, que distrajera a los lectores durante el fin de semana, nunca lo conseguí. La revista, como yo, sentía demasiada admiración por la cultura dominicana como para menospreciarla.

Esa obstinación provocó no pocos contratiempos. Y creo que ya es hora de agradecerle a Luis Canela, José Mármol, Bernardo Vega, Fernando Ferrán y Freddy Ginebra todas las veces que me salvaron el pellejo. Cada vez que una portada escandalizaba a alguien, uno de ellos apagó el fuego a tiempo.

De todas las crisis, hubo dos que estuvieron a punto de ponerle fin a la publicación. Ambas tuvieron que ver con un suceso: el día en que Fernando Ferrán, entonces director del periódico, me presentó a Mario Dávalos. Su intención era que aquel muchacho con "inquietudes artísticas" (esas fueron sus palabras) colaborara en algo.

Pocas semanas después Mario y yo éramos como hermanos. Fue obra de las coincidencias. Compartíamos la misma visión del mundo, los mismos gustos literarios y musicales, la misma pasión por el béisbol y la cultura popular. Para colmo de "males", ambos somos hiperactivos.

Aunque sus primeras colaboraciones fueron

Algunas veces con humor, otras con insolencia, pero siempre de la manera más creativa posible, trataban de vindicar lo que nadie quería ver o lo que muchos pasaban por alto.

textos, su aporte esencial fue conectar a un grupo de jóvenes creativos con la revista. Gracias a eso, comenzaron a publicarse en sus páginas obras gráficas que hasta ese momento solo tenían cabida en los muros de la ciudad.

Hubo dos portadas claves. La primera no tenía título, solo el rostro de Joaquín Balaguer con el dedo índice sobre la boca, exigiendo silencio. En la segunda, aparecía la Virgen de la Altagracia con el rostro de Fefita la Grande, la indescriptible merenguera.

Ambas ilustraciones, fueron las primeras firmadas por el colectivo Shampoo, que estaba integrado por Maurice Sánchez, Ángel Rosario y el propio Mario. La colaboración con ellos, me permitió conocer a otros jóvenes con inquietudes parecidas y un discurso similar.

El fósil

Hay una de Shampoo que quedó inconclusa, como el proyecto mismo, y que ahora se exhibe en el Centro León, de Santiago de los Caballeros. 'El fósil" es una motocicleta atrapada en ámbar, como los insectos de La Española prehistórica. Aunque se trata de una obra tridimensional, su lenguaje es demasiado gráfico, de alguna manera sigue siendo una ilustración.

"El fósil" quedó inconcluso porque de un día para otro se tornó inviable. En los meses finales del gobierno de Hipólito Mejía, aquel campesino de Gurabo que vestía con guayaberas y sombrero de Panamá, se produjo una crisis económica sin precedentes en República Dominicana.

El dólar se disparó a tal punto, que a Shampoo le fue imposible seguir comprando resina para revestir su motocicleta. De ahí en adelante, sus medios de expresión, como muchos otros jóvenes creativos, se circunscribieron al ámbito de la gráfica y a algunas acciones puntuales, como intervenciones en Casa de Teatro, el Centro Cultural de España o un colmado.

Aunque aún no había comenzado la era de las redes sociales ni el enorme cambio cultural que ellas desataron, Internet había comenzado a democratizar el acceso a la información. Un joven diseñador dominicano ya no estaba tan desconectado del mundo como hacía 5 años atrás.

De manera aislada, sin que nadie los convocara, los creadores comenzaron a movilizarse. La clase política, la crisis económica y el conservadurismo nacional eran el foco de sus ataques, siempre ingeniosos, con un lenguaje inédito incluso en los anuncios publicitarios más osados.

Para colmo de símbolos, los dos grandes caudillos de la política dominicana de la segunda mitad del siglo XX, Juan Bosch y Joaquín Balaguer, murieron en esos años. Bosch, un revolucionario en el más amplio sentido de la palabra. Balaguer, el

último bastión del tujillismo y administrador de los peores males nacionales.

En un país donde se celebraban elecciones cada dos años, si se quería un espacio público había que disputárselo al despliegue avasallador de los candidatos. Por eso una de las respuestas fue un cartel que proponía para diputado a Luis Días, ícono de la cultura de resistencia.

El único recurso del que disponían aquellos muchachos era su propia imaginación y algún impresor amigo. Corrían, insisto, los últimos años de la era analógica. Aún era impensable compartir cosas en otro lugar que no fuera la vía pública.

Modafoca, Patín Bigote y otras vainas

Vistos en la distancia, Modafoca, Patín Bigote y la revista *La Vaina* son contemporáneos. El dato cronológico sobre cuál surgió primero o en qué año específico no hace tanta falta. Esos tres casos, como muchos otros, buscaban nuevos medios de expresión en un país donde había ya demasiados viejos medios de expresión.

Algunas veces con humor, otras con insolencia, pero siempre de la manera más creativa posible, trataban de vindicar lo que nadie quería ver o lo que muchos pasaban por alto. Era como si se empeñaran en volver a dejar al descubierto lo que otros habían tratado de tapar y enterrar lo más posible.

La revista La Vaina es, probablemente, el mejor testigo de esos años que se pueda conservar en una hemeroteca; porque dice lo que los medios tradicionales pasaron por alto o callaron. En sus páginas se hace un uso de las ideas que en los periódicos era impensable.

Tanto lejos llego la desilusión por esos días, que los asesores de la campaña de Leonel Fernández pudieron ahorrarse el slogan. "¡E' pa' fuera que van!", dijo una voz popular y encontró un interminable eco en las masas. Ese momento, el del triunfo de Fernández en 2004, es el de mayor optimismo que recuerdo en el país.

Por un momento muchos creímos que las cosas habían comenzado a cambiar. Pero en lugar de proponerse una gran República Dominicana, Leonel prefirió construir un "Nueva York chiquito". Tareas gigantescas, como la educación de la gente, fueron aplazadas por obras monumentales como el Metro de Santo Domingo.

El virus de la desilusión comenzó a incubarse de nuevo y, cada vez que eso sucede, los creadores se vuelven mucho más creativos. Puede parecer una redundancia, pero en verdad es casi un axioma.

Solo que esta vez los ejemplos de Modafoca y Patin Bigote se multiplicaron y surgieron muchos colectivos o individualidades con intereses similares.

Aunque provenía de la escuela de Juan Bosch, Leonel Fernández trató de parecerse a Joaquín Balaguer en su segundo y tercer mandato. Un grafitti en una pared de Santo Domingo lo resumió de esta manera: "Leonel es Balaguer con Internet".

El chat de Hotmail comenzaba a perder popularidad. Había surgido una nueva herramienta que se llamaba Facebook, donde cada quien era dueño de un muro virtual. Para compartir una idea ya no era necesario intervenir la ciudad, bastaba con compartirla en tu propio muro, sin tener que pedirle permiso a nadie.

Del colmado a Twitter

Los 8 años de Leonel comenzaron con una celebración en la calle y terminaron con un movimiento de indignados en las redes sociales. El mundo cambió como nunca en ese periodo de tiempo. Se dice que el cambio cultural provocado por la Web 2.0 equivale al de la invención de la imprenta.

Aunque se organizaron varias exposiciones para mostrar la gráfica independiente producida en República Dominicana, una de las más importantes no se produjo en un centro cultural ni en un museo sino en un colmado.

A muchos les pareció una broma, a otros una irreverencia más. Pero en realidad se trataba de un tributo al punto de partida de la mayoría de los signos de una identidad. El colmado tiene todo lo básico que necesita un dominicano para vivir.

Convertir a la Constitución en una marca de papel sanitario, cuestionaba a la nación desde la base más simple de su economía. Las obras se confundían con la mercancía. La exposición se integró de tal manera al establecimiento, que su público parecían consumidores y viceversa.

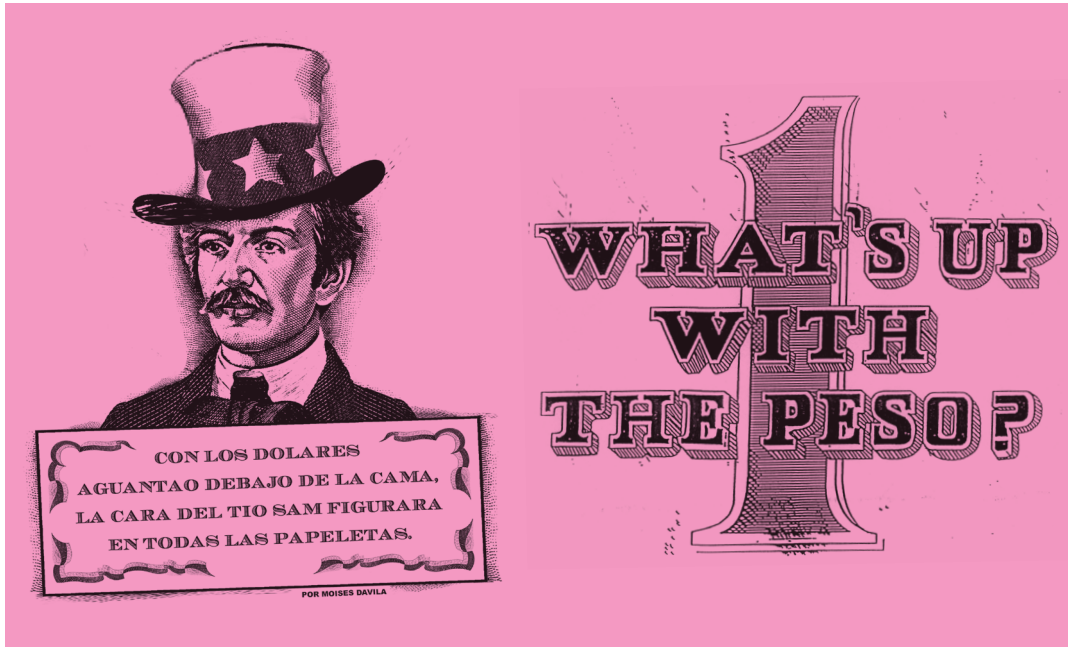
Algunos capítulos de la historia reciente del país parecen ficciones para comics, pero cuando uno los ve explicados de una manera más gráfica, reacciona ante una realidad que a veces lacera y siempre desconcierta. Las páginas de este libro explican mejor que nada lo que digo.

El valor de esta obra no solo radica en su contenido, que es excepcional, sino en lo que significa. En la última página de este volumen, termina una República Dominicana y empieza otra. Hasta aquí llegó el país del siglo XX. El del XXI, hay que ir a buscarlos a las redes sociales.

Otra gran virtud de esta obra es que recoge el lado más honesto de toda una generación de dominicanos sumamente creativos, ingeniosos y viscerales. La mayoría de ellos son publicistas, un oficio donde han logrado una importante trayectoria, pero que no les ha permitido tener la libertad creativa que tuvieron aquí.

Hace 12 años que vivo en República Dominicana. Mis recuerdos de Cuba pueden verse con los ojos cerrados, porque la mayoría de ellos consisten en canciones, frases o discursos. Mi experiencia en este país, en cambio, tiene que verse para que se entienda. Aquí todo, desde lo más simple hasta lo más complejo, entra por los ojos.

La Receta D´Mamá


CON LOS DOLARES
AGUANTAO DEBAJO DE LA CAMA,
LA CARA DEL TIO SAM FIGURARA
EN TODAS LAS PAPELETAS.
POR MOISES DAVILA
WHAT'S UP
WITH
THE PESO?

Gráfica Independiente Dominicana 2000-2010.

En 1996 República Dominicana pasó, de tener el presidente de mayor edad, al más joven de Latinoamérica.

Esto marcó un cambio significativo en el imaginario social de un país con un alto porcentaje de población joven, que dejaba atrás un pasado lleno de represión y recibiría lleno de expectativas un nuevo siglo.

En este contexto, comenzaron a surgir diferentes propuestas gráficas independientes, que plantearon nuevos discursos y cuestionamientos sobre procesos sociales, políticos y migratorios.

Propuestas, provenientes en su mayoría de estudiantes y nuevos profesionales de las áreas del diseño gráfico y la publicidad, se esparcieron por diferentes espacios apoyándose en la autogestión, el convencimiento personal y las ganas de plasmar sus ideas.

Invadieron centros culturales, bares, colmados, espacios al aire libre y paredes de Santo Domingo.

Imprimieron sus propuestas en cualquier formato que tuvieron a su alcance; camisetas, afiches, stickers, stencils, carátulas de discos, revistas y libros.

A veces, usaron el recurso de la sátira y la parodia para plantear su visión sobre nuestra identidad y su construcción permanente, reflejando la manera en que el dominicano encara su cotidianidad.

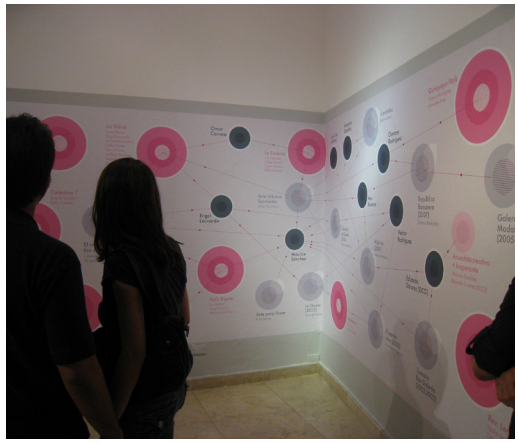
Recordando con humor y nostalgia imágenes del pasado; de televisión dominicana, merengue y cultura de los 80's. Contraponiendo un país más ingenuo e idealizado con uno nuevo, altamente cambiante, que trajo la primera década del siglo 21.

Este libro recopila diferentes trabajos de una lista de colectivos y gestores individuales que lograron tener gran notoriedad en esta primera década. Hace un recorrido por lugares y eventos donde los mismos transitaron con sus propuestas. Hasta conectar con el momento presente, donde siguen emergiendo nuevas propuestas independientes, hoy dotadas de poderosas herramientas de difusión, con nuevos discursos y planteamientos que nos siguen proyectando como una cultura de grandes contrastes por el ciberespacio.

ERA EL CALVO
CONTRA LA CALVICIE
GIVE
HAIT
A CHAN

Gráfica Independiente Dominicana 2000-2010

UERA EL CALVO
TAP-TAP



Duarte com Paris

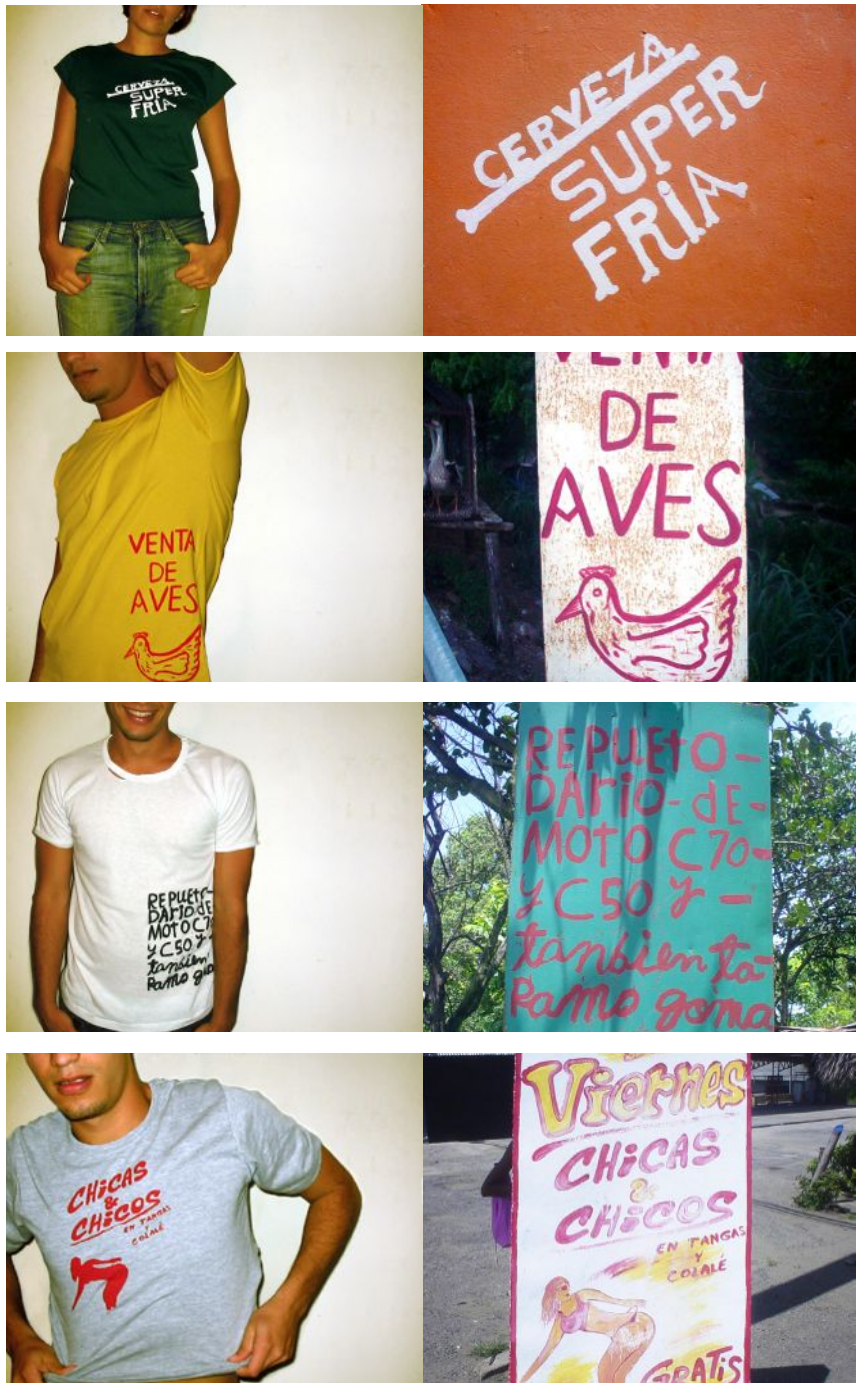
Cultura Popular

Colectivo 7

Modafoca

GUA GUA TAP TAP

Omar Carrera Knebel

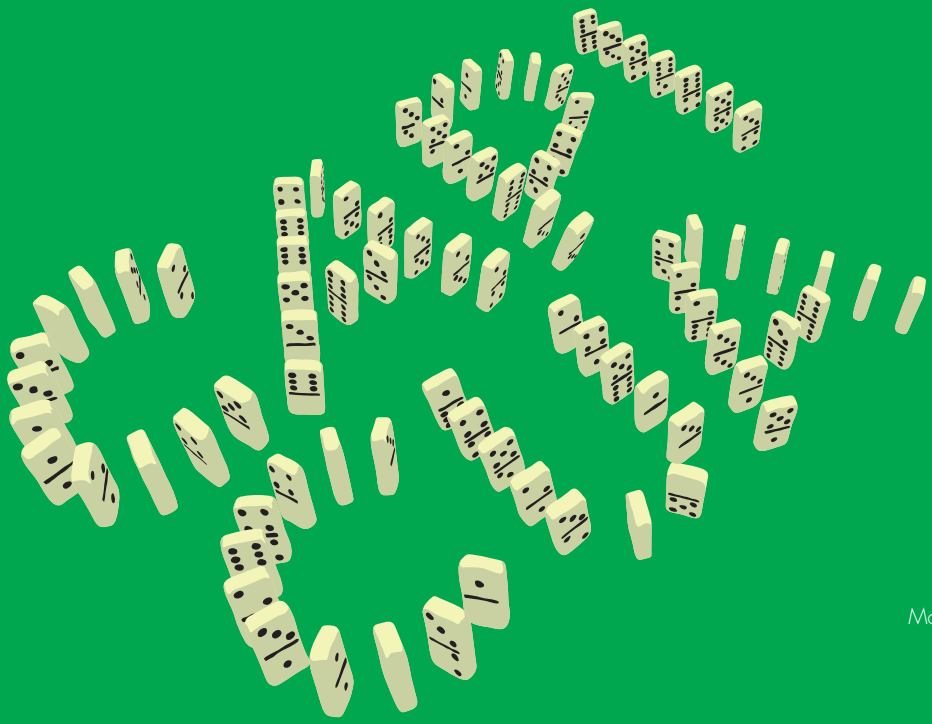


Engel Leonardo

ALANTE
ALANTE

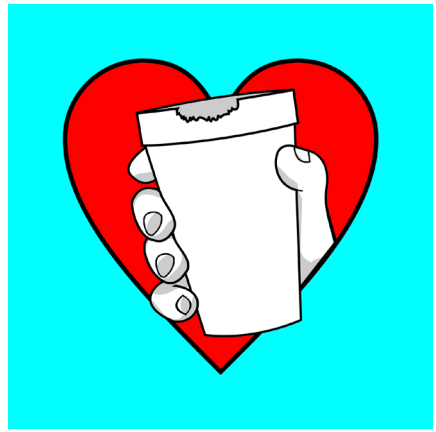
32

Modafoca



Modafoca

ei
TPO!



El
Delivery
HEROE
NACIONAL

CABE OTRO?

EL
QUE
TIRA
EL
DADO
COME

DERRÍSATE
Y SE FELIZ

Tingola

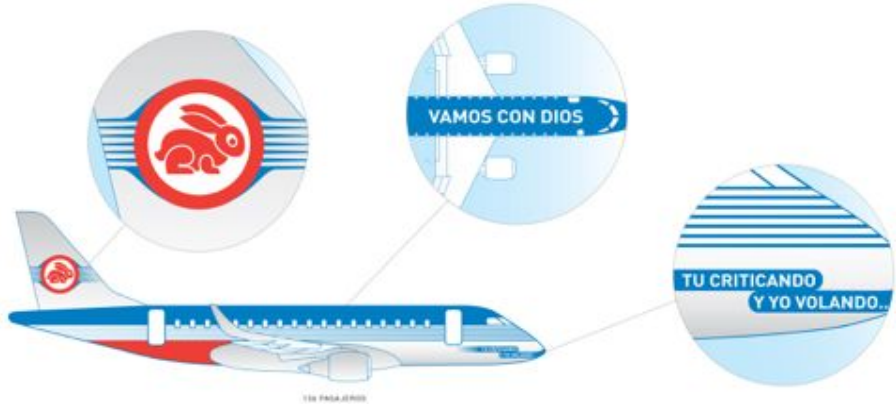
Modafoca

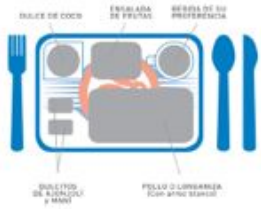
Carmen Deñó

Kakaito

Revista Lengua

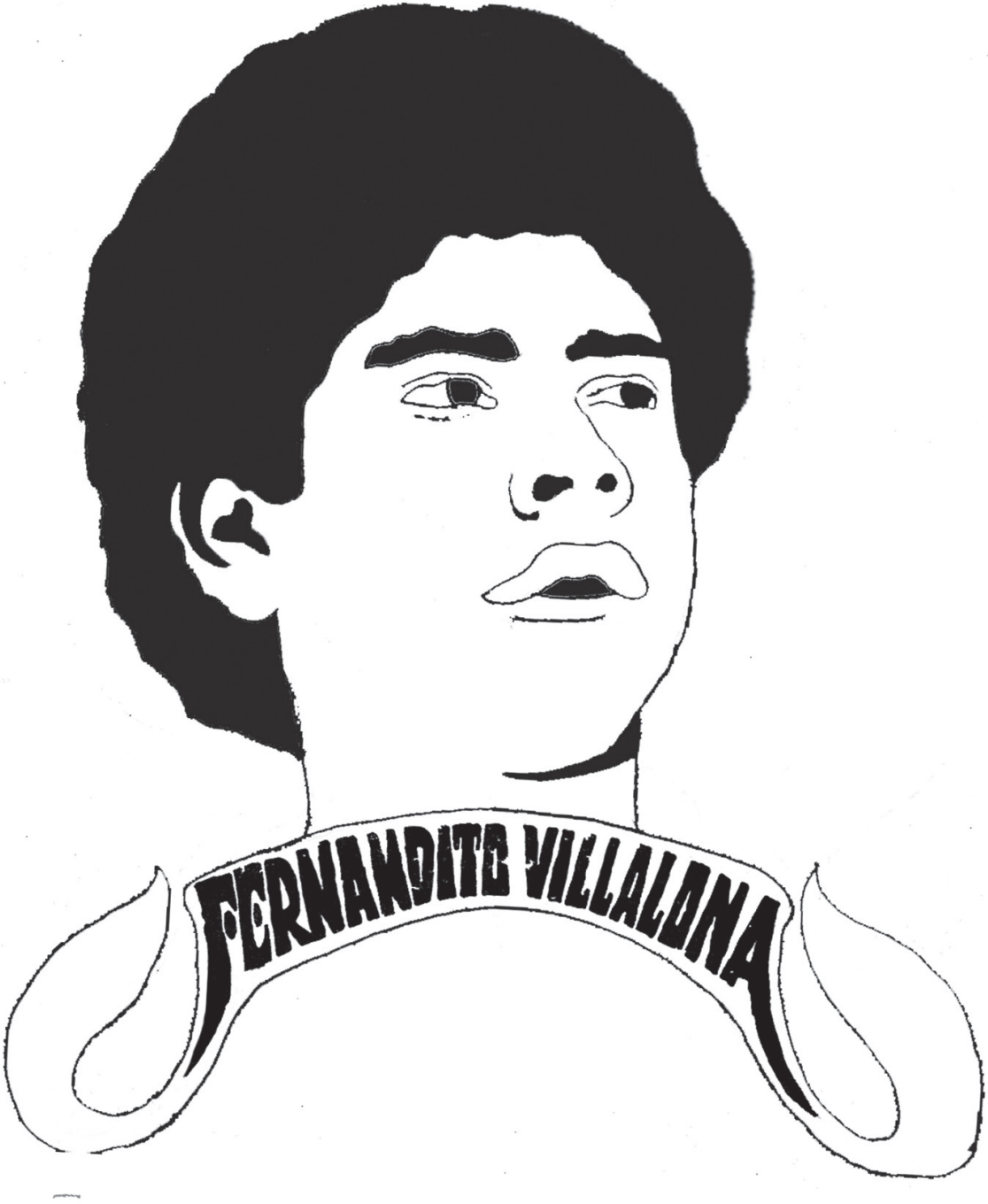
Tingola





Juango Dávalos

Ana Díaz (Ana Banana)



Osmany Rodríguez

Maurice Sánchez

Maurice Sánchez

Colectivo Shampoo

Colectivo Shampoo

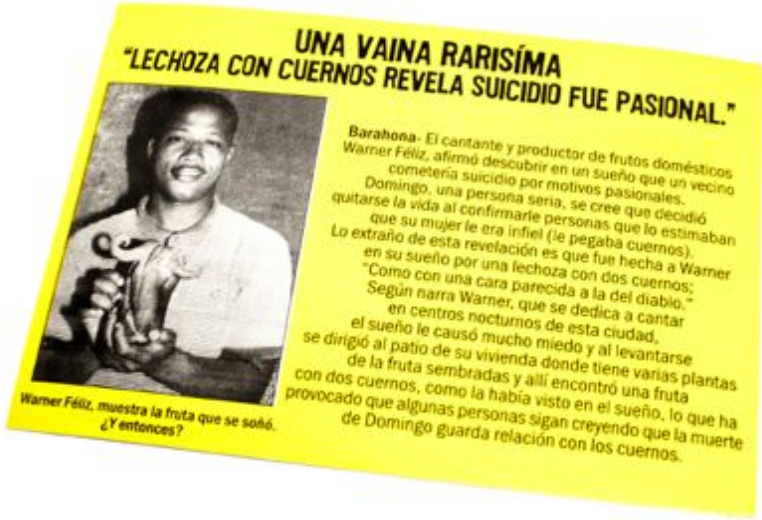
Modafoca

Modafoca

Modafoca

BRUGALEÑO

Patin Bígote



UNA VAINA RARISÍMA

"LECHOZA CON CUERNOS REVELA SUICIDIO FUE PASIONAL."

Barahona- El cantante y productor de frutos domésticos Warner Féliz, afirmó descubrir en un sueño que un vecino cometería suicidio por motivos pasionales.

Domingo, una persona seria, se cree que decidió quitarse la vida al confirmarle personas que lo estimaban que su mujer le era infiel (le pegaba cuernos).

Lo extraño de esta revelación es que fue hecha a Warner en su sueño por una lechoza con dos cuernos; "Como con una cara parecida a la del diablo."

Según narra Warner, que se dedica a cantar en centros nocturnos de esta ciudad, el sueño le causó mucho miedo y al levantarse se dirigió al patio de su vivienda donde tiene varias plantas de la fruta sembradas y allí encontró una fruta con dos cuernos, como la había visto en el sueño, lo que ha provocado que algunas personas sigan creyendo que la muerte de Domingo guarda relación con los cuernos.

Warner Féliz, muestra la fruta que se soñó. ¿Y entonces?

Patin Bígote

Aneudy & Javish & Adib & Chucky

Maurice Sánchez

QUISQUEYA PARK

Osmany Rodríguez + Jeannette Prats (Quisqueya Park)

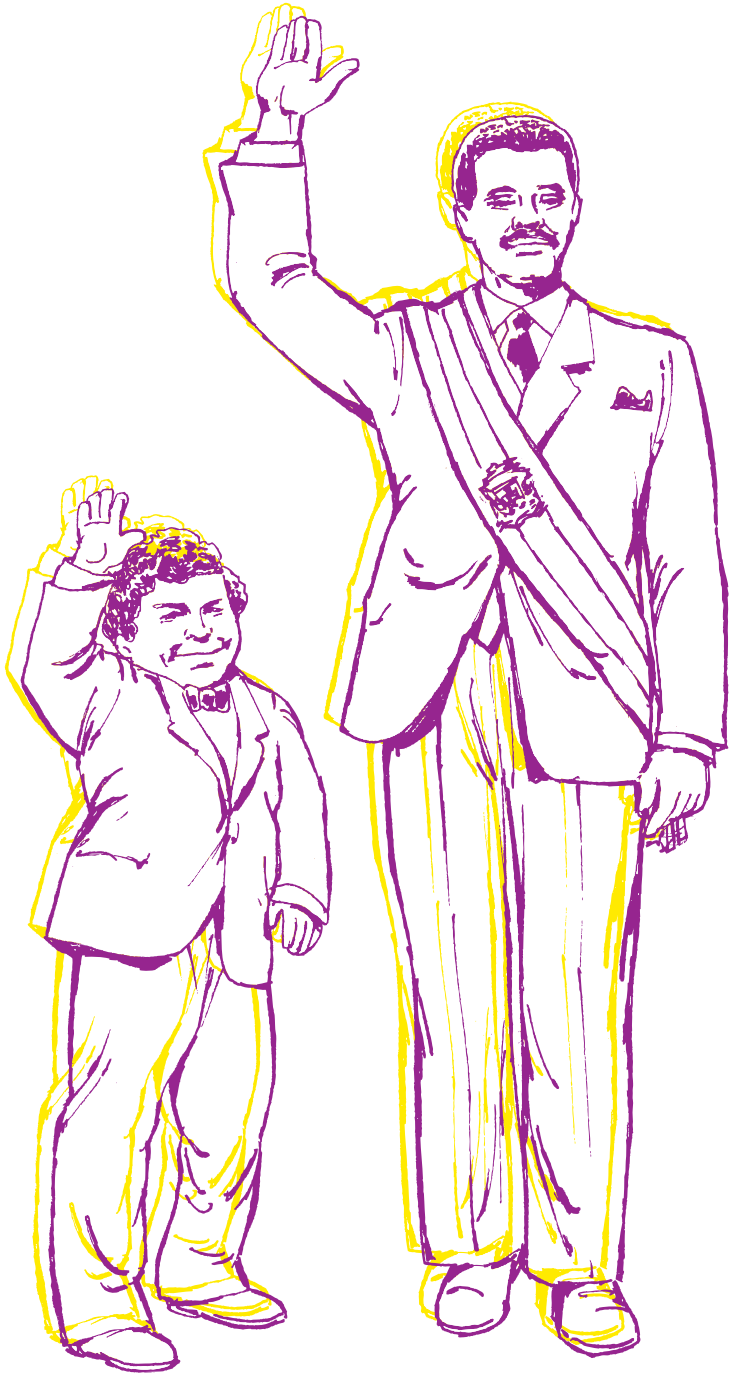
Ana Díaz (Ana Banana)

EL QUE NO BAILA NO COME BICOCHO

José Cruz (Surfito)

Eduardo Suárez (DCO)

Política



Maurice Sánchez

Colectivo Shampoo

Engel Leonardo

Christian E. Pimentel Peña

Christian E. Pimentel Peña

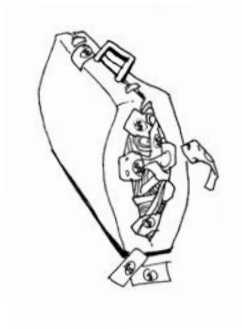
Modafoca

Modafoca

Yatabueno

Laberinto

Ayude a este diputado en la ardua tarea de alcanzar su anhelado maletín, antes de que se vea obligado a aprobar una ley que favorezca al pueblo.



La Vaina

ORIGINAL

PODEROSO BAÑO Y DESPOJO

FUERA EL CALVO

CONTRA LA CALVICIE

Para el hombre y la mujer que desean que el calvo desaparezca
y vuelva la Buena Suerte. Úselo con fé. Un producto de simple curiosidad.

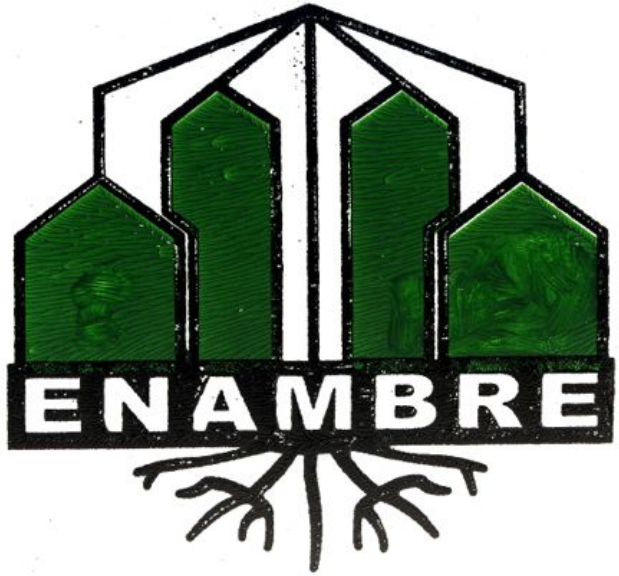
EL PELO ES CULTURA

Jorge González

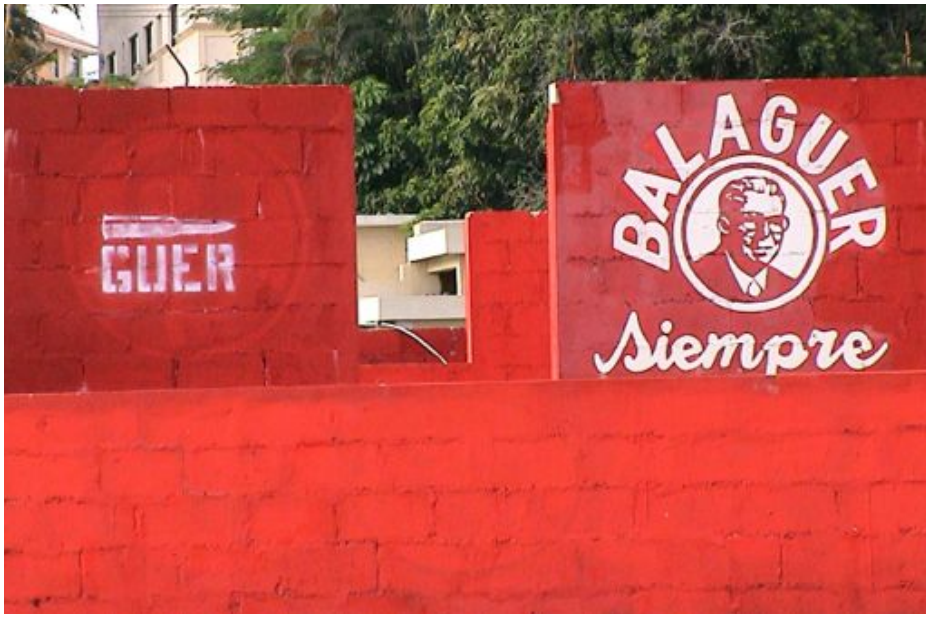
Héctor Rodríguez

Dr. Balaguer

Maurice Sánchez

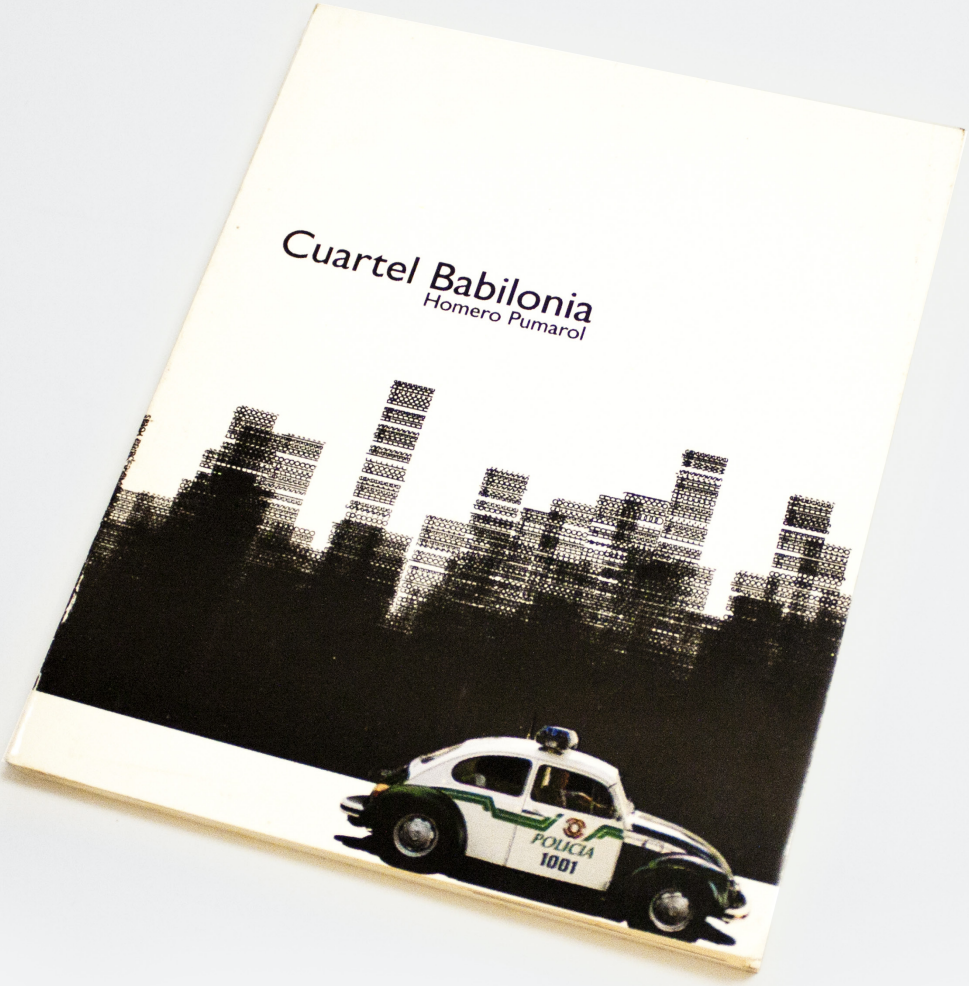


Modafoca



Modafoca

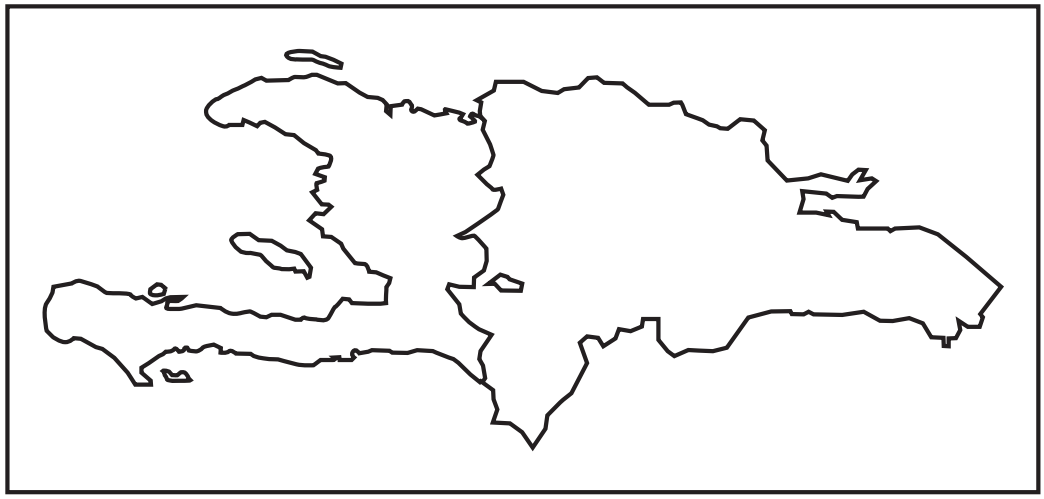
Patín Bigote

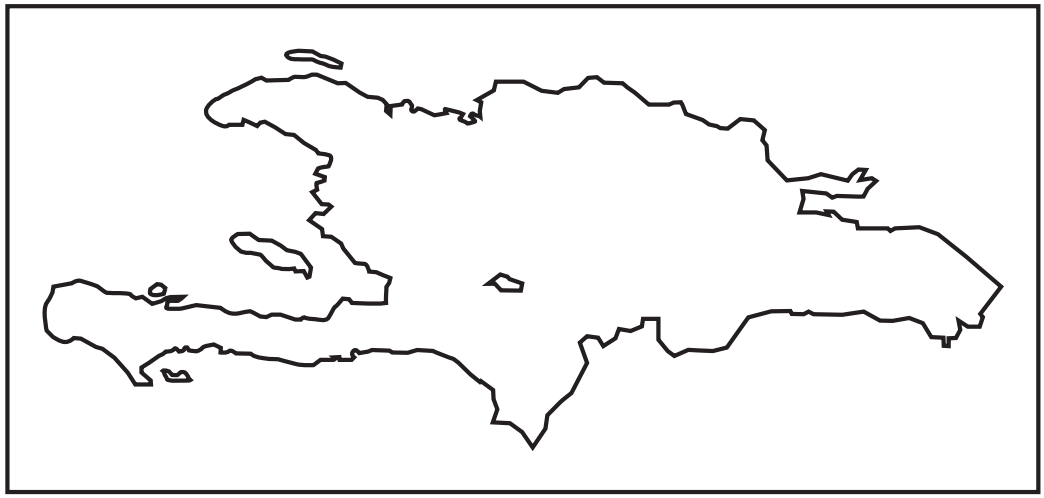


Jaime Guerra

Jaime Guerra

Busque la Única Diferencia





La Vaina

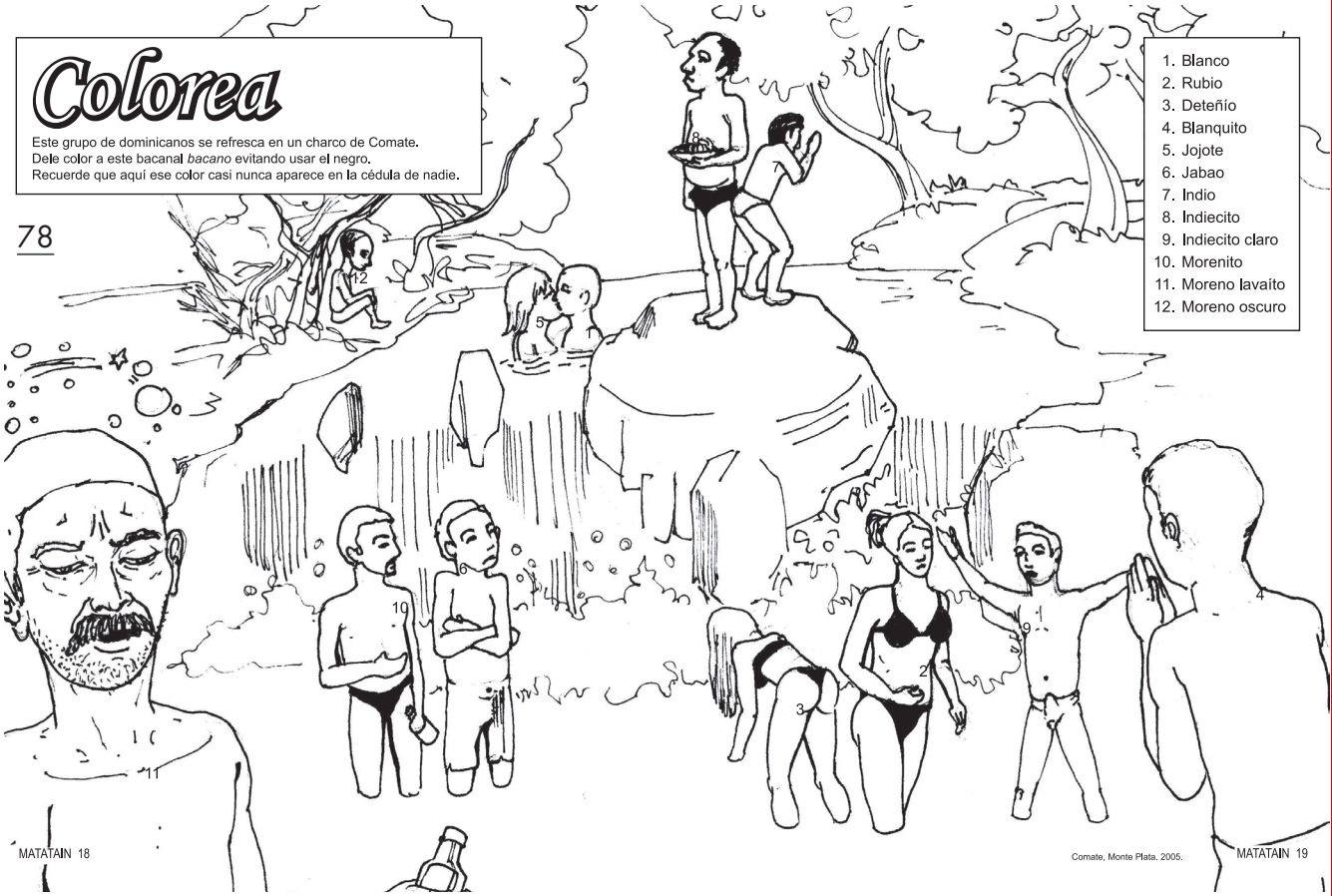
David Pérez (Karmadavis) + Regina José Galindo

Colorea

Este grupo de dominicanos se refresca en un charco de Comate.
Dele color a este bacanal *bacano* evitando usar el negro.
Recuerde que aquí ese color casi nunca aparece en la cédula de nadie.

78

1. Blanco
2. Rubio
3. Deteñío
4. Blanquito
5. Jojote
6. Jabao
7. Indio
8. Indiecito
9. Indiecito claro
10. Morenito
11. Moreno lavaíto
12. Moreno oscuro



Comate, Monte Plata. 2005.

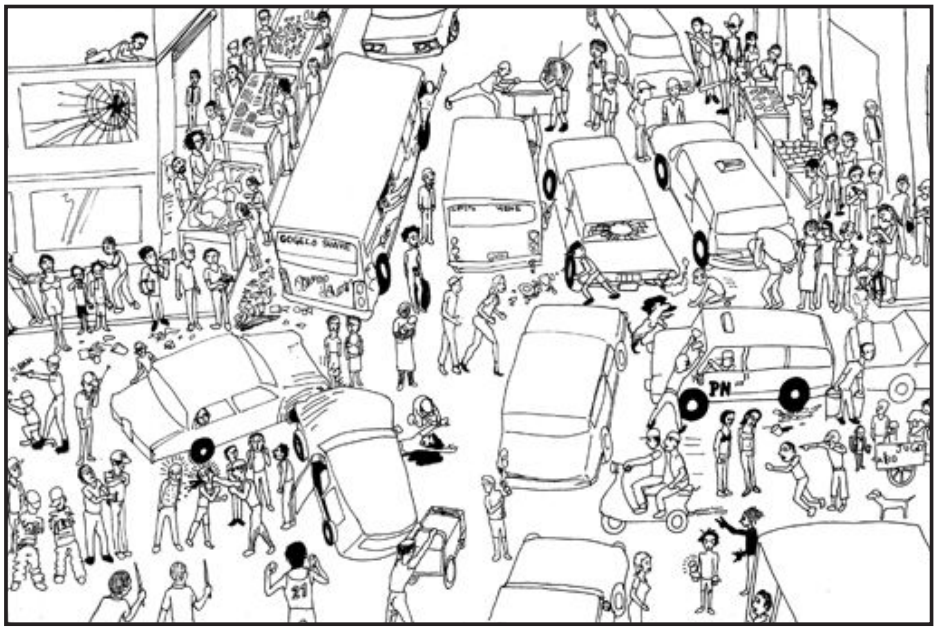
¡No puede negar el color!

Ángel Rosario + Engel Leonardo

Ciudad

Duarte con París

Dese un paseo por esta populosa intersección capitalina mientras identifica los personajes enumerados en la columna de la derecha, encerrándolos en un círculo. Y recuerde, ¡mosca! porque puede perder desde una simple cartera hasta la vida.



PERSONAJES

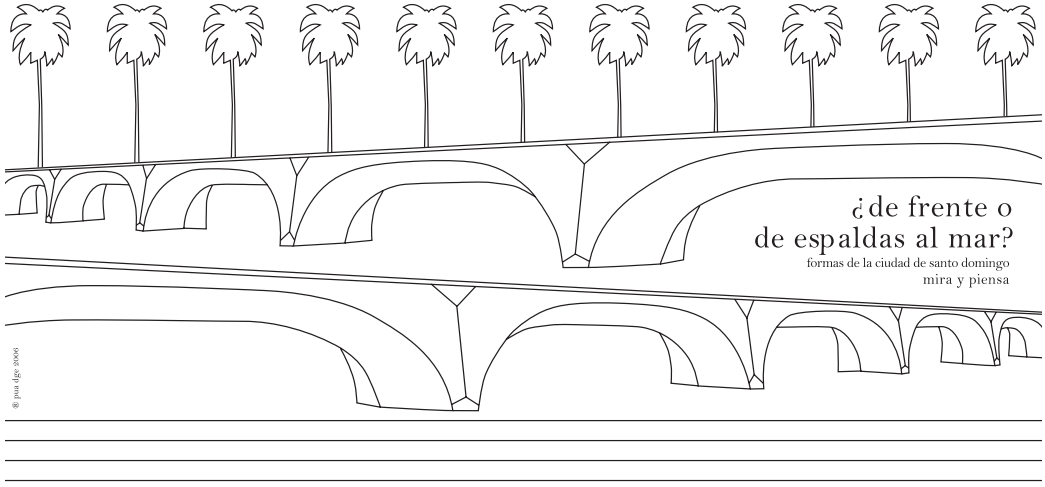
1. Los Palomos
2. El Carterista
3. LosTravestis
4. Los Cueros
5. El Chulo
6. La que Hace Trencitas
7. El Vendedor de Zapatos
8. El Loco
9. El Predicador
10. El Juguero
11. El Pipero
12. La Haitiana que Pide
13. El Cambia Dólares
14. El Cobrador
15. El Vendedor de Relojes
16. El que Pide con Piedras
17. El Ladrón
18. El Policía Municipal
19. El Otro Ladrón
20. Los Policías
21. El Ladrón Pasolero
22. El Buhonero
23. El Llena Carro
24. El Limpia Vidrios
25. El de La Paca

Deluxe

Deluxe

Melissa Mejía Rizik

¿las 7 maravillas?
formas de la ciudad de santo domingo
identifica y cuestiona


¿de frente o
de espaldas al mar?
formas de la ciudad de santo domingo
mira y piensa

® pua dge 2006

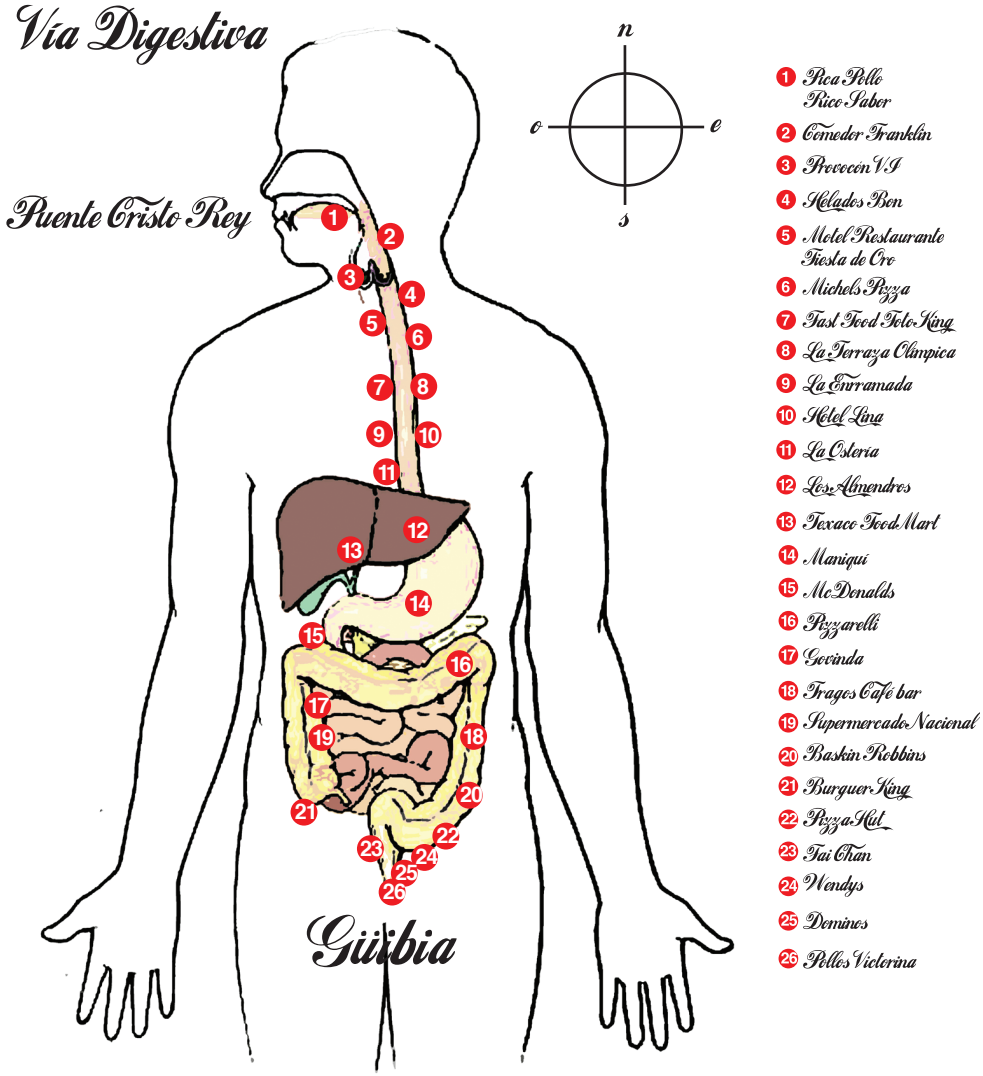
Olga Valdez

La Vaina

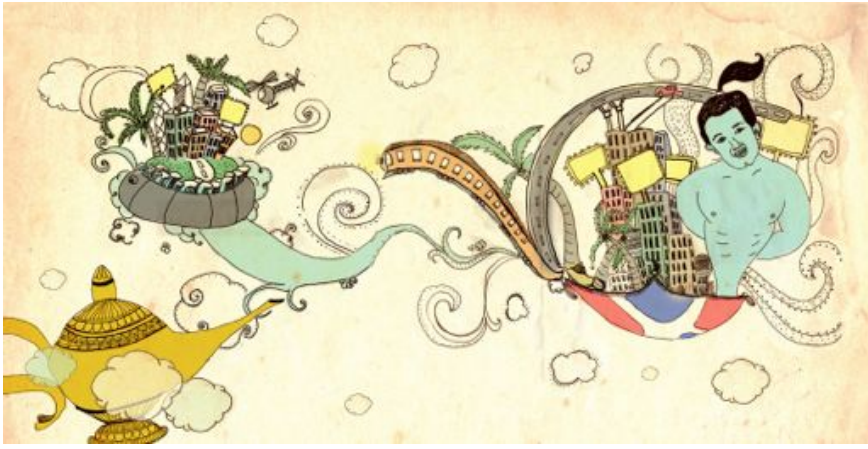
Maurice Sánchez

Alejandro Capellán

Ian Víctor+Jorge González+Héctor Rodríguez



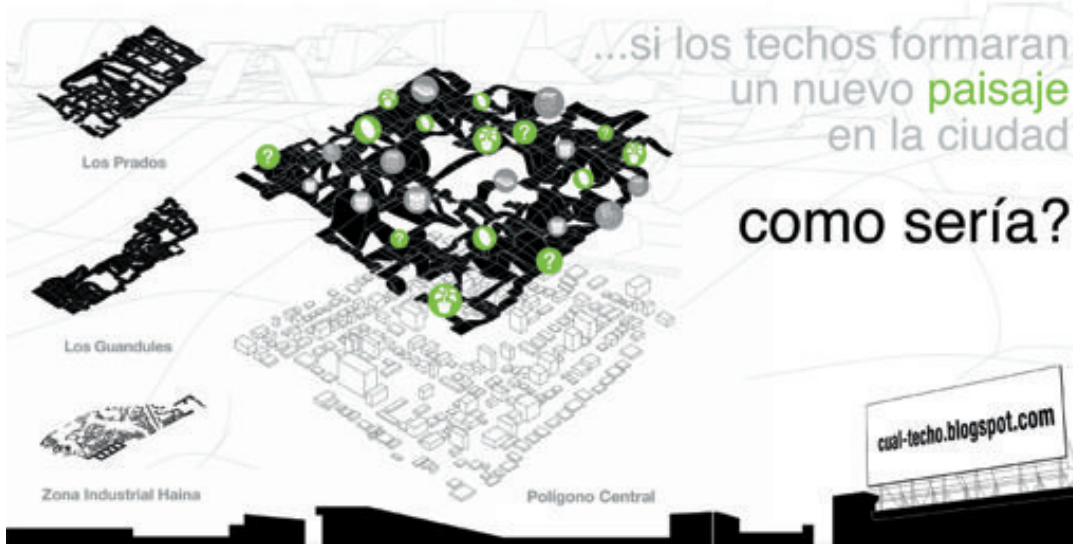
Ángel Rosario + Mario Dávalos



Guiselt Thaiz

no
no
no

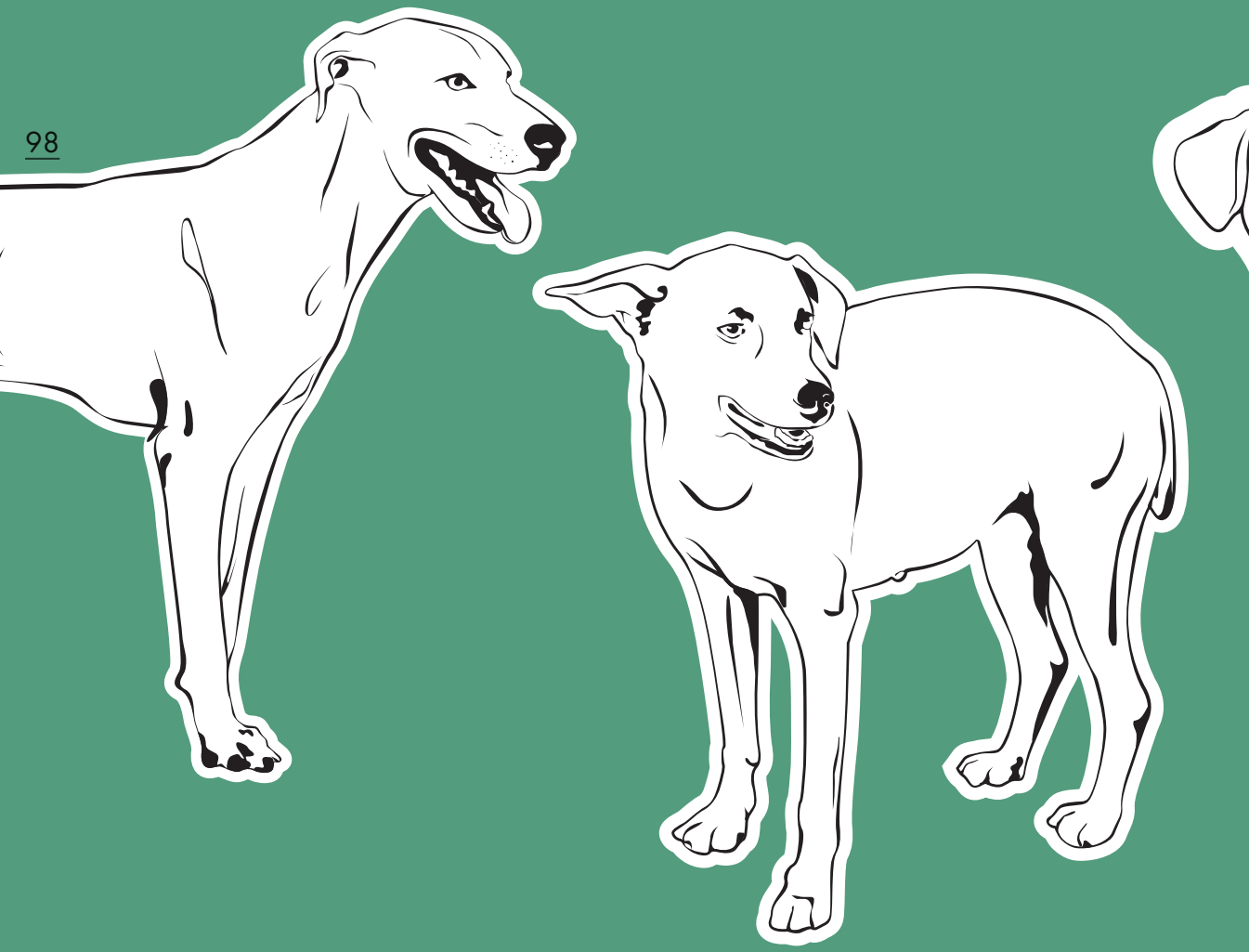
Modafoca + Héctor Rodríguez

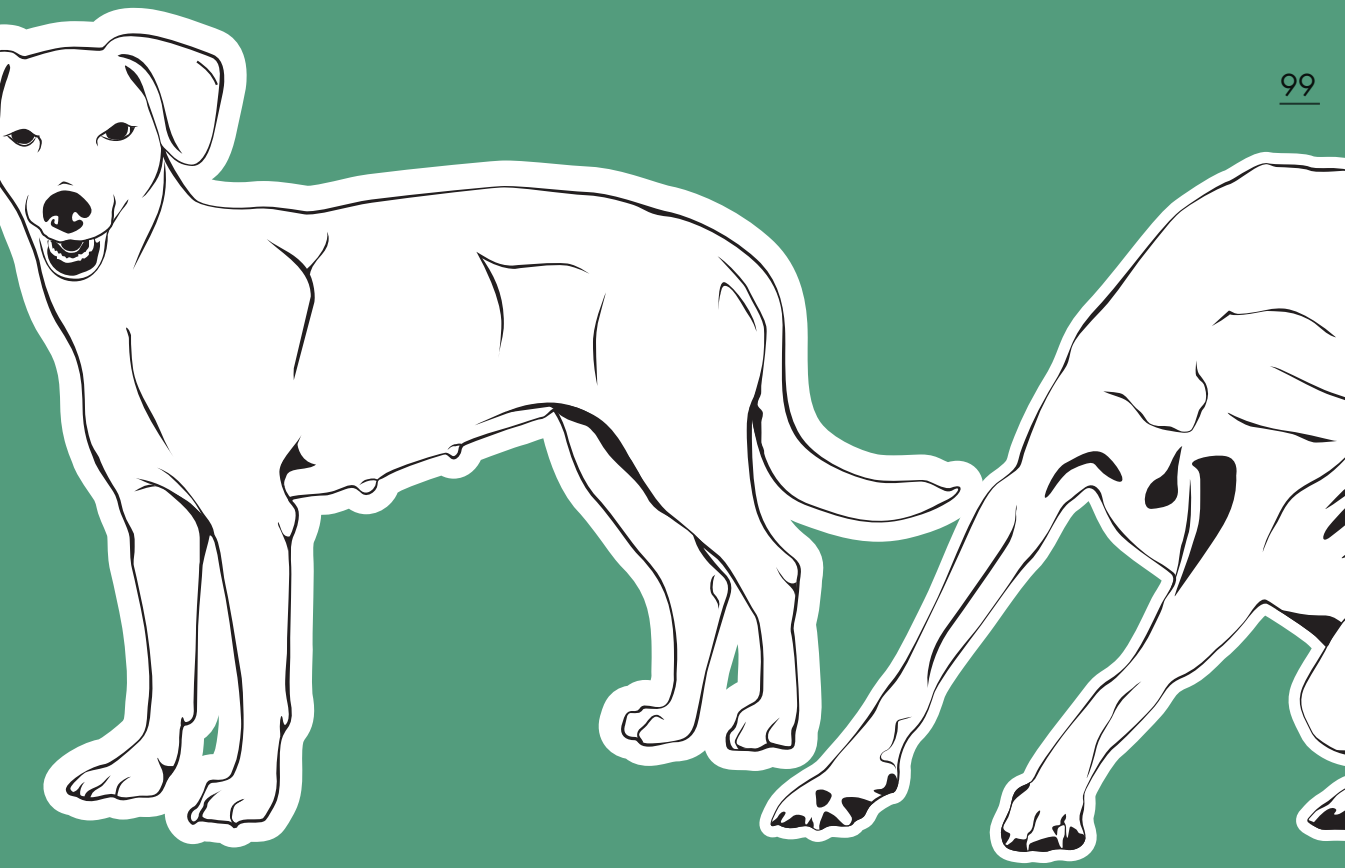


José Frank Subero

Elena Fernández

Modafoca





Anexos

Apuntes para recordar ciertas vainas

Ivory Núñez

Descubrimientos

A finales de los 90 yo no leía blogs, tampoco e-zines o revistas digitales. Más bien coleccionaba los suplementos culturales de los periódicos locales; así me convertí en testigo de la reducción de sus páginas hasta su extinción. Paradójicamente, mientras los espacios tradicionales para la difusión del arte y la cultura envejecían, toda una generación de artistas emergentes exponía sus creaciones en bares, parques y cualquier otro espacio público olvidado entre los muros de la Zona Colonial.

En una ocasión, regresando a mi casa de noche, después de compartir café, cervezas y conversaciones sobre Arte en la Zona, al llegar a la Duarte con París tuve una experiencia transformadora. En una de las aceras de esta famosa intersección, se había instalado un puesto de revistas, ofreciendo una gran variedad de publicaciones nacionales e internacionales, nuevas y usadas. Gracias a ese lugar pude llevarme a casa ejemplares de Heavy Metal, MAD, Ajo Blanco y El Jueves, por tan sólo diez pesos.

Explorando las páginas de las publicaciones periódicas dominicanas y extranjeras que descubrí tanto en los puestos de revistas callejeros como en las bibliotecas del profesor Faustino Pérez, del Centro Cultural de España, del Archivo General de la Nación y de la Biblioteca Nacional, el concepto de revista que tenía, fue cambiando totalmente. Mientras más leía, no podía dejar de preguntarme por qué no había una publicación impresa que difundiera el trabajo de quienes estaban haciendo arte fuera de las galerías y los museos.

Conexiones

Casi finalizando la década de los 90 comencé la carrera de Publicidad en la UASD. Frente a la Facultad de Humanidades, debajo de una inmensa mata de mango que protejía del sol a los estudiantes "alternativos", conocí a un colega muy especial llamado Fernando Soriano. Además de ser diseñador gráfico, y de tener años de experiencia en el área editorial, poseía una súper computadora con todos los programas de diseño gráfico instalados (algo excepcional en esa época).

En los alrededores de lo que es hoy la Facultad de Artes de la UASD, se inició una hermosa relación de amistad y confraternidad (un "coro") entre creadores gráficos tales como, David Pérez "Karma Davis", Engel Leonardo, William Ramírez y Andrew Ramírez; interacción que sirvió como factor determinante al iniciar los procesos creativos envueltos en cada nuevo ejemplar de La Vaina.

En una de esas conversaciones que iniciaban después de clases y terminaban de madrugada en el bar Soho, le comenté a Fernando sobre mi participación en el equipo que produjo Alternativa, una de las primeras publicaciones de cómic experimental en Santo Domingo, bajo la dirección del artista plástico Jonás Muvdi. Entre rock, borrachos bullosos y una nube de humo de cigarro, coincidimos en la necesidad de crear una publicación al servicio de quienes no tenían un espacio en los medios tradicionales.

De esta manera, asumimos la incorporación de la iconografía popular dominicana, produciendo así diseño con sabor local, gráfico, urbano e independiente.

Así fue que en su apartamento de la Zona Universitaria, Fernando me presentó un proyecto editorial que él mismo había iniciado, un intento de revista independiente con el nombre de Orbita. Por razones que ya no recuerdo, este nunca se hizo público. Tanto Alternativa como Orbita sirvieron como los puntos de encuentro para futuros miembros del colectivo La Vaina.

Aprendizaje

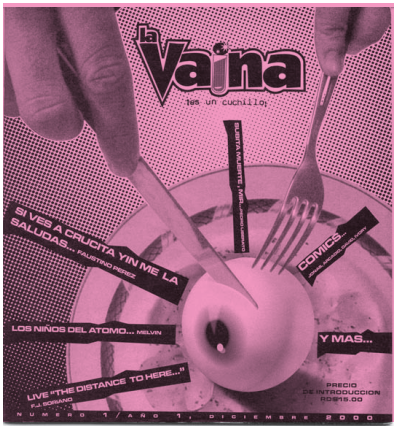
La Vaina surgió cuando el panorama de la gráfica popular en Santo Domingo se encontraba bajo el encanto de las nuevas tecnologías. En ese momento muchos creadores visuales nos acercamos con curiosidad a probar una muestra de la "era digital", ¡y nos gustó! A partir de entonces "Fotochó", "Frijan" y "Corél" pasaron a formar parte esencial de nuestra vida diaria.

El 31 de diciembre de 1999, desafiando el "cuco" del Y2K compré mi primera PC (gracias a un préstamo madre-hijo, sin intereses). Con un pedazo de la tecnología digital en la sala de mi casa, realicé mi primer trabajo de diseño gráfico "a computadora": el logo de La Vaina. Imprimí una muestra y se la llevé a un diseñador gráfico llamado Eddy Núñez, quien había sido cómplice de mis iniciativas de arte desde que éramos niños; éste le dio el visto bueno al logo y su apoyo y correcciones no se hicieron esperar.

Con un nombre y un logo, y gracias al tiempo y dinero ofrecido voluntariamente por este grupo de amigos artistas de la UASD, la Escuela Nacional de Bellas Artes y Chavón, se hizo posible el diseño e impresión del primer número de La Vaina. Concluyendo así una labor iniciada en el 1998, con la recolección de las colaboraciones que luego integraron el contenido de la publicación.

En medio de la emoción causada por ver materializado el fruto de muchas horas de sacrificio, surgió la necesidad de hallar un espacio para la puesta en circulación. Así fue como nos acercamos a una institución que venía auspiciando actividades poco usuales, como muestras de cómic experimental y vídeo arte, entre muchas otras. Ese lugar fue el Centro Cultural de España, institución que además de sus instalaciones, facilitó la impresión y distribución de la invitación al evento.

Entre música experimental en vivo, danza, pintura y acciones espontáneas el primer ejemplar de La Vaina se hizo público una noche de diciembre del año 2000. A partir de entonces, se realizó una puesta en circulación distinta para cada número, y todas fueron eventos artísticos memorables (como por ejemplo, La Vaina Multimedia en el Museo de Arte Moderno).



Con las celebraciones posteriores a la puesta en circulación, llegaron las preocupaciones acerca de cómo distribuir 1,000 ejemplares de La Vaina. Sin experiencia previa, nos dedicamos a la venta directa en sitios tan dispares como la calle El Conde, el Mercado Modelo, la UASD y los alrededores del Monumento a los Héroes de la Restauración en Santiago. Y como estrategia para asegurar nuestra presencia en lugares frecuentados por artistas, estudiantes universitarios y personas interesadas en la cultura popular, diseñamos nuestros propios exhibidores de hojalata, made in Villa Consuelo, par colocarlos en los puntos de venta.

La nueva revista blanco y negro poco a poco fue dándose a conocer en el ambiente artístico "underground" de Santo Domingo. La idea de una propuesta editorial vanguardista e independiente atrajo la atención de muchos; entre estos, personas con el deseo real de colaborar o formar parte del equipo gestor de la publicación. Así fueron sumándose al grupo Rossy Díaz, Virginia Perdomo, Omar Carrera y Farah Paredes, quienes desempeñaron labores de dirección de arte, tareas logísticas y cualquier otra necesidad surgida en el proceso de producción de La Vaina.

Conclusiones

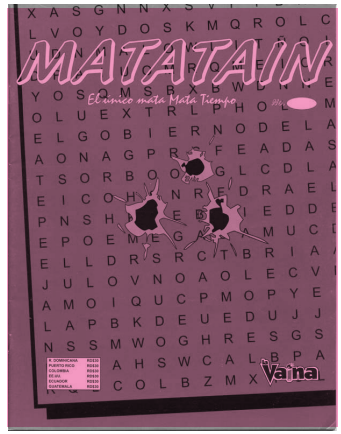
Desde el 2000 hasta el 2006 el colectivo La Vaina publicó de manera independiente siete proyectos editoriales. Los cuatro primeros conteniendo narrativa y poesía, cómics, fotografía y otras formas de expresión artística (originales e inéditas). Mientras que los tres últimos experimentaron con variaciones en el formato, incuyendo uno triangular llamado Desde el Interior Sin Cargos de Conciencia. El mismo incluyó un CD con música original complementando los textos y las imágenes en la publicación. Otro de los ejemplares se apropió de los códigos de los "Matatiempos" para producir un trabajo crítico sobre la sociedad dominicana.

A lo largo de la existencia de la publicación, los creadores de La Vaina disfrutamos de absoluta libertad creativa, por el hecho de no haber estado atados a intereses comerciales, religiosos o políticos. De esta manera, asumimos la incorporación de la iconografía popular dominicana, produciendo así diseño con sabor local, gráfico, urbano e independiente.

Lo que comenzó como una idea con un nombre coloquial, es hoy un punto de referencia al momento de analizar la gráfica independiente de Santo Domingo durante la primera década del presente siglo. Así lo confirman entre otros factores, la cantidad de artistas visuales, músicos, escritores, periodistas, catedráticos y personas en los medios de comunicación, que utilizaron las páginas de La Vaina antes de que la palabra blog fuera incorporada a nuestro vocabulario.

la Vaina

SANTO MIAMI WANNA BE • PEDAGOGIA DEL ANESTESICO •
la Vaina
¡es un cuchillo!
LAS LINEAS DE FUEGO • LO CORRECTO ES HIP-HOP


MATATAIN
El único mata Mata Tiempo
Vaina

Vaina

Gráfica Independiente Dominicana: Nuevas modalidades críticas

Maja Horn

El Museo de Brooklyn en Nueva York presentó en 2007 una de las exhibiciones más completas de arte caribeño contemporáneo. En la exhibición, "Isla infinita: arte caribeño contemporáneo," se incluyó una obra del Colectivo Shampoo que difería de las otras obras dominicanas y caribeñas en la muestra. La obra, titulada "D'la Mona Plaza," de este colectivo dominicano de arte y publicidad consistía en un anuncio de televisión altamente realista y planes arquitectónicos para un mall en el Canal de la Mona, diseñado para servir como paradero para los muchos dominicanos que tratan de huir de la isla en embarcaciones precarias hacia Puerto Rico. Esta forma de emigración ilegal es un tema frecuente en el arte caribeño que tiende a representarlo a través de imágenes condenatorias y oscuras para retratar así la desesperación y muchas veces el fin trágico de los migrantes. En contraste, el Colectivo Shampoo, de manera idiosincrática, abarca el tema a través del lenguaje lustroso de la publicidad, evocando el ambiente lujoso de un club náutico, muy contrario a la realidad miserable de los emigrantes ilegales; la ironía mordaz y la crítica social de la pieza surge precisamente de esta incongruencia. Esta obra y estrategia crítica del Colectivo Shampoo es indicativo de un fenómeno más abarcador en la esfera cultural dominicana, donde varios colectivos que combinan el arte y la publicidad en sus prácticas creativas se han formado al principio del siglo XXI.

El trabajo creativo de colectivos como MDFC, La Sedería y La Vaina representa una ruptura significativa dentro de la generación de artistas del arte dominicano contemporáneo.

Los otros artistas seleccionados para la exhibición del Museo de Brooklyn—Jorge Pineda, Raquel Paiewonsky, Polibio Díaz y Fausto Ortiz—forman parte de la generación de artistas visuales dominicanos del siglo XX tardío que desarrolló su obra en diálogo cercano con las corrientes artísticas de la región caribeña. Según la crítica de arte Veerle Poupeye "el trabajo de estos artistas dominicanos es representativo del arte caribeño contemporáneo en general… la característica más común siendo una nueva, más reflexiva conciencia socio-política" (196). Desde que surgió esta generación en los ochenta, el arte visual dominicano ha formulado una persistente y profunda crítica de las estructuras ideológicas y de los valores socio-culturales (relacionados con la raza, la clase social, el género y la identidad nacional) que perpetúan

las grandes inequidades sociales y económicas en el país. Esta generación artística ha elegido en muchas ocasiones la instalación como su vehículo expresivo preferido para dar forma a esta "conciencia socio-política," coincidiendo con tendencias parecidas en el mundo de arte en general. Su obra es testimonio de la erupción dramática de fuerzas "modernas" en el siglo XX tardío en el Caribe, facilitada por la política económica neo-liberal e impulsos globales, resultando en fenómenos como el turismo masivo, el incremento en la prostitución, zonas francas con pocos derechos laborales, y formas de migración ilegal y perjudicial. La tarea crítica emprendida por esta generación artística ha sido hacer visible a los que más sufren de estas condiciones adversas: mujeres pobres, prostitutas/os, niños, e Haitianos que viven en la República Dominicana. Su estrategia critica de hacer visible a estas vidas precarias es lo que Vered Maimon en su ensayo "El tercer ciudadano: Sobre modelos de criticidad en prácticas de arte contemporáneo," llama un "modelo clásico de critica" dedicado a "quitar el velo, para desenmascarar la realidad de lo social" (108).

En contraste con este "modelo clásico de crítica" el trabajo de los nuevos colectivos dominicanos emprende un cambio pronunciando en la modalidad crítica. La modalidad critica que detecto en sus obras resuena con el argumento del filósofo francés Jacques Rancière, según quien el potencial político del arte no es tanto el revelar realidades "escondidas," sino "el inventar ficciones que desafían distribuciones existentes de lo real y de lo ficticio" (49). El esfuerzo para reconfigurar las ficciones que enmarcan y sustentan la realidad implica también, según Rancière, que el arte desafíe su propio marco "real," desdibuja "las mismas fronteras que definen su actividad; … desplazando las fronteras de arte…" (49). Significativamente, uno de los aspectos claves de este nuevo fenómeno en la esfera cultural dominicana es que no se restringe al ámbito tradicional del arte. Aunque el modo crítico de estos colectivos coincide con tendencias contemporáneas internacionales, su arte no surgió de tales lineamientos. Es importante señalar que estos colectivos, tales como el Colectivo Shampoo, La Vaina, La Sedería, Modafoca, o empezaron como publicitarias o se formaron con miembros que trabajan en publicidad.

En este trasfondo argumento en el hecho de que en su vivir diario, tienen que manejar con habilidades, discursos e imaginarios ficticios y a la vez que deben saber exactamente que es plausible y deseable para el público dominicano.

Los nuevos colectivos dominicanos están preocupados con los discursos políticos propagados por el gobierno dominicano y sus metáforas de progreso, modernización e identidad nacional a través de las cuales se legitima en el imaginario nacional. El impulso fuerte de estos colectivos de querer intervenir en estos discursos, explica su insistencia en no limitar sus proyectos a espacios de arte tradicionales (museos, galerías, etc.), sino circular de diferentes maneras sus trabajos en la esfera pública, como por ejemplo a través del proyecto de Arte Urbano Sarmiento que utilizó vallas de construcción como espacio de exhibición, la distribución de la revista La Vaina, o los t-shirts de MDFC. Por ejemplo, el anuncio de televisión para el mall en el canal de la Mona, incluido en la exhibición del Museo de Brooklyn, circuló primero en los medios en la República Dominicana que lo discutieron como si fuera noticia verdadera. La propuesta para "D'la Mona Plaza," aunque aparentemente tan absurda, fue percibida como una posible noticia plausible y tratada de tal manera. Esto tal vez no sorprende tanto, dado que antes ya había circulado en la República Dominicana una propuesta "real" para la construcción de una isla artificial frente a la capital para proveer un escape de lujo para la clase adinerada, separada de la pobreza y los desamparados que pululan por el malecón de la ciudad. La pieza del Colectivo Shampoo, a través de la exageración, apunta a la absurdidad cotidiana que se vive en la República Dominicana, donde tales proyectos pretenciosos y el vasto lenguaje de progreso y de la modernización chocan con la pobreza y las crecientes inequidades sociales, impulsoras de la emigración masiva del país. Este trabajo creativo al igual que el trabajo creativo de otros colectivos (por ejemplo el "Matatain" de La Vaina), trata de sobre-extender de manera absurda lo plausible para problematizar lo que aparentemente se presenta como "sensato" en la sociedad dominicana (como la isla artificial, el proyecto del metro, etc.). Esta estrategia es un ejemplo paradigmático de lo que la crítica Carrie Lambert-Beatty llama "lo parafícticio," lo que según ella "ha surgido como una categoría importante en el arte reciente" (55). Obras de arte parafícticias son obras que "tienen un pie en el campo de lo real": "En lo parafícticio personajes e historias reales y/o imaginarias intersecan con el mundo tal como se vive" (55). En este sentido, "los parafíccioneros producen y administran plausibilidad" (73), lo que se puede presentar como "real" al público y así puede revelar a la vez "el consenso acerca como son las cosas; pero también puede hacer una nueva realidad parecer sensata" (66). Las obras parafícticias, como el anuncio del Colectivo Shampoo, el 'Matatain' de La Vaina, o el pasaporte creado por La Sedería emplean una modalidad crítica que trata de complicar y cuestionar lo que al pueblo Dominicano se presenta como plausible.

Los nuevos colectivos dominicanos están preocupados con los discursos políticos propagados por el gobierno dominicano y sus metáforas de progreso, modernización e identidad nacional...

Mientras que estos colectivos ofrecen un desafío inquietante al status quo político y social, la relación que mantiene con el mundo de arte dominicano es mucho menos tensa. Los espacios tradicionales

de arte, incluyendo el Museo de Arte Moderno, las galerías, concursos de arte y bienales en la República Dominicana, en general han acogido sus expresiones creativas. Dado que se presume muchas veces una relación adversa o por lo menos tensa entre el ámbito de la publicidad (por su énfasis en el consumo) y el arte moderno, este fenómeno me cautivó desde que llegué la primera vez a la República Dominicana en 2003. De manera eficaz y provocadora estos colectivos dominicanos y sus miembros manejan con éxito varios contextos, tanto artísticos como no-artísticos, y los combinan sin tratarlos como antitéticos (publicidad vs. arte) ni los combinan de manera complaciente—las dos tendencias que han dominado en el mundo del arte moderno occidental. Se puede preguntar pues por el por qué de esta recepción favorable en el mundo del arte nacional e internacional. Si su trabajo es tan plausible en este ámbito ¿qué nos dice de las "ficciones" que predominan en estos momentos en el mundo del arte? Quiere decir que el fenómeno creativo a que se dedica la exhibición "Gráfica Independiente Dominicana" no sólo evidencia una nueva modalidad crítica que surgió con esta generación, sino también nos deja palpar las (re) configuraciones artísticas que están ocurriendo en estos momentos tanto en la República Dominicana como en el ámbito del arte contemporáneo global.

Obras citadas

Lambert-Beatty, Carrie. "Make-Believe: Parafiction and Plausibility." October 129 (Summer 2009): 51-84.

Maimon, Verned. "The Third Citizen: On Models of Criticality in Contemporary Artistic Practices." October 129 (Summer 2009): 85-112.

Poupeye, Veerle. Caribbean Art. London: Thames and Hudson, 1998.

Rancière, Jacques. "Contemporary Art and the Politics of Aesthetics." Communities of Sense: Rethinking Aesthetics and Politics. Durham: Duke UP, 2009.

Obras consultadas

Cabrera Jerez, Rita and Esmeralda Mijares Valles. "La pintura y el desarrollo sociocultural en República Dominicana durante el siglo XX." Las artes plásticas en el Caribe: pintura y grabado contemporáneo. Ed. Yolando Wood Pujols. La Habana: Editorial Pueblo y Educación, 1993.

Gómez, Paula. "La formula de Shampoo: creatividad + ruptura: reflexiones sobre una historia reciente." Artes Santo Domingo 6.21 (2006): 92-99.

Jarné, Ricardo Ramón, ed. Arte Contemporáneo Dominicano. Madrid: Editorial Turne, 2002.

Miller, Jeannette. 1844-2000: Arte Dominicano. Santo Domingo: CODETEL, 2001.

Mosaka, Tumelo, ed. Infinite Island: Contemporary Caribbean Art. London: Brooklyn Museum in Association with Philip Wilson Publishers, 2007.

"En esa época yo estaba leyendo muchos cómics, no tanto súper héroes sino historias personales como las de Adrian Tomine y Daniel Clowes. Tratamos de crear una serie de cómics que reflejaran algunas de las situaciones de nosotros y nuestros amigos en Santo Domingo. Queríamos darle un toque personal y dominicano.

El internet se convirtió en una excelente avenida para compartir nuestros proyectos. Teníamos un rincón donde podíamos exponer nuestras ideas y hacerlas llegar a un mayor número de personas."

Osmany Rodríguez (Quisqueya Park)

"Todo empezó con el boom de los blogs en la isla. El de Osmany era bastante conocido y al tiempo yo también abrí uno, pero el mío era más como un diario virtual público. En febrero del 2005, subí unas ilustraciones que había hecho de unos amigos. A Osmany le gustaron y en una visita a la isla (ya él estaba viviendo en California para ese entonces) me empezó a hablar de una idea que tenía para un comic strip donde él ideaba los storylines y yo los ilustraba. Empezamos un brainstorm que siguió a través de e-mails cuando se fue (todo nuestro proceso sería a través de e-mails). A finales de marzo teníamos planteado abrir un blog donde publicaríamos un comic nuevo cada semana (esto resultó ser más complicado de lo que nos imaginamos por lo cual terminó saliendo cada dos semanas, más o menos) y tendría de protagonistas a 5 personajes: Diego, Gabriela, Ramone, Fifa y Angela. Se llamaría Quisqueya Park. Nuestra amiga Alina Landry nos diseñó el logo.

El 6 de abril del 2005, Quisqueya Park "abrió sus puertas". Envíamos un mail a todos nuestros conocidos invitándolos a ver el blog. En la primera semana conseguimos más de 1,000 visitas y el domain quisqueyapark.com. Para el primer mes nos habían mencionado dos veces en Remolacha.net. Fue una experiencia extremadamente divertida y gratificante que tuvo una duración de 5 meses. Me aceptaron a Chavón para cursar el año digital y ya no iba a tener el tiempo para poder seguir ilustrándolo (una lástima porque quedaron unos sin ilustrar). Quisqueya Park cerró sus puertas el 5 de septiembre del 2005. Todavía hoy hay personas que se me acercan a decirme que lo recuerdan."

Jeannette Prats (Quisqueya Park)

"La mayoría de las personas que tienen ciertas aptitudes creativas sienten la necesidad de verse involucradas en algún proyecto, individual o colectivo que les permita expresarse o darle rienda sueltas a sus ideas. Yo como ilustradora siempre tenía en mi cuadernito, ideas, frases, sketches y quizás no se me hubiera ocurrido hacer algo productivo con eso, pero mis amigos Los Modafoca, que han sido una de mis principales motivaciones, al verlos a ellos produciendo sus propias creaciones, fue un impulso a que yo desarrollara mis propias ideas y siempre me han brindado su apoyo, sus enseñanzas y su crítica. (Que payola)"

Ana Díaz (Ana Banana)

“En nuestro caso nos valíamos de logos, gráficas, fotos, elementos que eran parte de algún trabajo comercial o que representaba algo ya instituido y lo mezclábamos, lo reinterpretábamos y el resultado está ahí. Nos apropiamos de símbolos culturales, marcas, artistas, lugares, música, visuales vernáculas, de la nostalgia, del humor dominicano, que es bien particular y donde nada es sagrado. Estos fueron lenguajes que en algún momento vimos coincidir.

Muchos de los protagonistas de este momento formaban parte de los equipos de trabajo de las agencias, personas con mucho talento que lo ponían al servicio de la industria. Durante este período hubo un cambio en las visuales de los anuncios locales, se empezó a sentir un cambio en el lenguaje gráfico y la presencia de los protagonistas detrás de estos.”

Modafoca

"La crítica personal y del entorno donde he crecido siempre fueron mis motivaciones para la creación y expresión.

El diseño gráfico en RD estuvo hasta el inicio de ese período orientado casi exclusivamente a la publicidad y no se había utilizado como expresión artística ni de ninguna otra índole de comunicación asociada con la crítica."

Eddy Núñez (La Vaina)

"Introducir el juego en el trabajo"

Eduardo Suárez (DCO)

"Nos motivó la falta de medios independientes que asumieran el riesgo de publicar trabajos gráficos experimentales, aquellos que abordaran temas controversiales, que transgredieran los formatos establecidos.

También el interés de redescubrir lo popular desde la perspectiva local.

Creo que la gráfica "no comercial" se apoderó de las fórmulas tradicionales de las marcas que forman parte de la iconografía popular dominicana para recrearlas a modo de sátira (por ejemplo, el antiguo logo de una reconocida tienda por departamentos, basado en un personaje mitológico marino mitad pez, mitad mujer, fue utilizado por Modafoca en uno de sus diseños de camisetas)."

Ivory Núñez (La Vaina)

"La motivación vino por el deseo de aunar nuestras fuerzas y nuestras inconformidades.

Todos y cada uno de los reclamos que teníamos todos los ciudadanos a punta de lengua y que nunca nos atrevíamos a expresar.

La mirada insular, la observación de nuestro entorno y comportamiento social, la reivindicación de nuestra identidad gráfica, la denuncia -lúdica- de los absurdos de nuestra dominicanidad."

Giselle Fiallo (Yatabueno)

“No recuerdo como fue que surgió todo realmente, pero entre conversaciones Katy y yo nos dimos cuenta que queríamos diseñar algo fuera de lo común del día a día (trabajo de agencia). Tener la oportunidad de diseñar lo que quisiéramos y como quisiéramos por lo que decidimos realizar “A la brigandina”. Lo más lógico para nosotras era trabajar con lo nuestro, lo dominicano, buscar cosas y objetos que representar algo de nuestro país y trabajar con estos de una manera más atractiva y con una estética más cuidada, explorando nuevos formatos y medios no tradicionales.”

Brigitte Fondeur y Katy Capriles (Colectivo 7)

“En ese momento lo que todos tuvieron en común era una búsqueda de identidad en un país que supuestamente no tenía la suya.

Lo hacían ya sea buscando en las raíces profundas de la cultura dominicana o en influencias extranjeras; el aislamiento de estas dos, sus propias vivencias o la mezcla de todo esto. En mi opinión, esta mezcla en si era la identidad que tanto se buscaba.”

Omar Carrera Knebel (La Sedería)

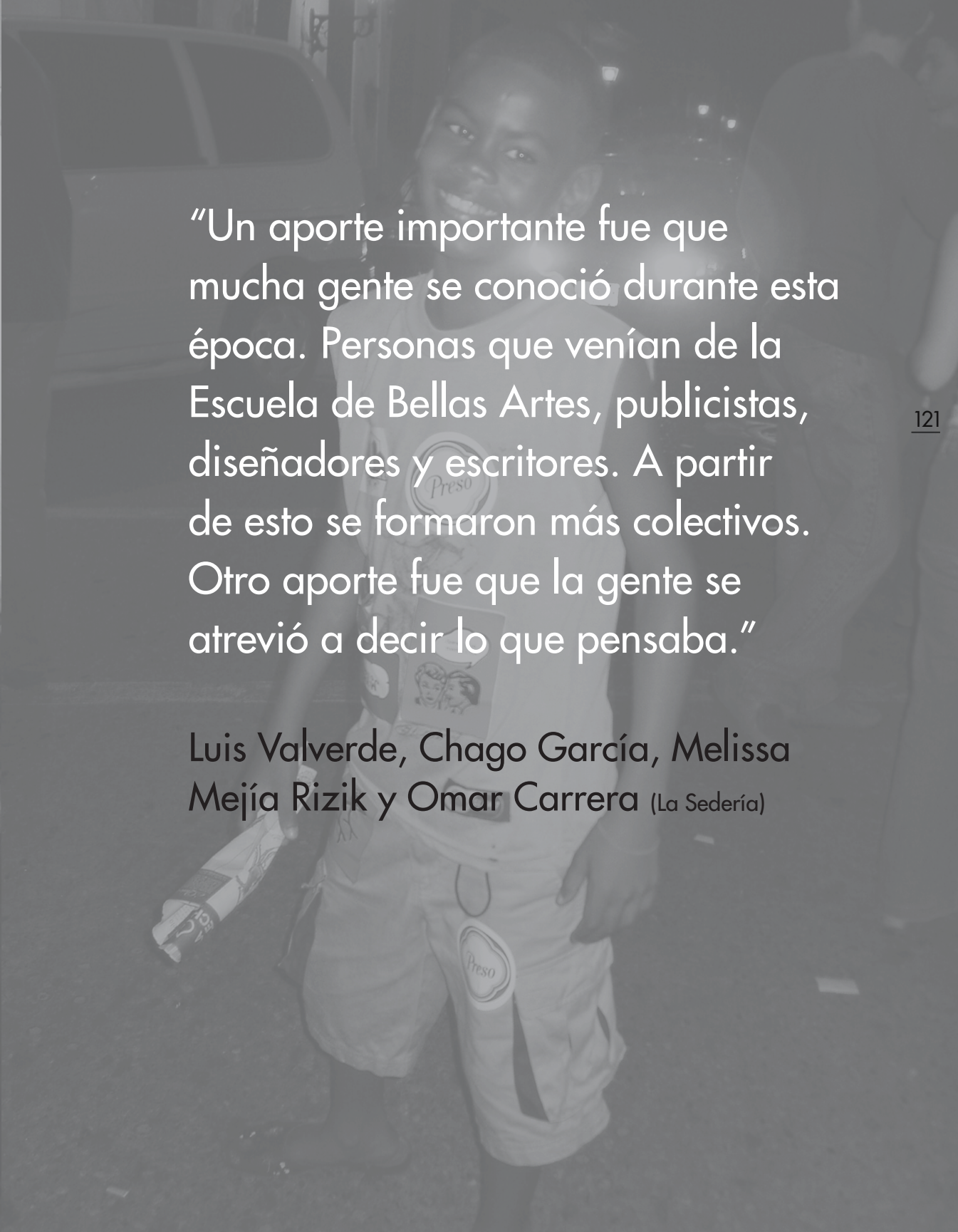
"Los elementos comunes iban desde la experimentación, el bajo presupuesto, a la utilización de recursos tomados del diseño gráfico y la publicidad.

La ambigüedad de proyectos que eran sociales, gráficos, artísticos, performances y happenings al mismo tiempo y sin pretenderlo."

Engel Leonardo (La Vaina)

"En ese momento el tema de "colectivos" todavía era muy distante. No creo que hayamos sido el primero, pero uno de los primeros en hacer piezas firmadas como colectivo. El mensaje era más importante que el individuo. Salieron muchas cosas interesantes: revistas, grupos de diseño... pero sobre todo se comenzó, gracias a personas como Maurice Sánchez, Ángel Rosario y Jorge González a reconsiderar eso de ser "artista". Yo venía de un background de escuela de arte y me abrió mucho la mente mi conexión con ellos."

Mario Dávalos (Colectivo Shampoo)



"Un aporte importante fue que mucha gente se conoció durante esta época. Personas que venían de la Escuela de Bellas Artes, publicistas, diseñadores y escritores. A partir de esto se formaron más colectivos. Otro aporte fue que la gente se atrevió a decir lo que pensaba."

Luis Valverde, Chago García, Melissa Mejía Rizik y Omar Carrera (La Sedería)

"Se mostró, desde diferentes perspectivas, la conciencia colectiva contemporánea hacia las discrepancias sociales y económicas de nuestra cultura. Hubo un discurso marcado por la utilización de diversos medios estéticamente enriquecidos con un punto de vista específico, nacionalista y desafiante. Una preocupación por los temas sociales de ese momento y una marcada valorización de la identidad nacional."

Paolat de la Cruz y Zoilo Pimentel

(Revista Lengua)

Agradecemos a Joaquín Benito y Cristina Rico del Centro Cultural de España en Santo Domingo (CCESD) por su apoyo desde el inicio, a Mario Dávalos y José Grateraux en Capital DBG y Capital Books por ayudar a que este proyecto llegue a buen puerto, a Sara Hermann por allanar el camino hacia una mejor comprensión del desarrollo de la gráfica en nuestro país, a Camilo Venegas y Maja Horn por compartir su visión y experiencia desde afuera, Ivory Núñez del colectivo La Vaina por transportarnos a una época análoga, a Javier Reyes por creer en esto más allá del diseño y la diagramación.

Escarlet Herrera, Jaime Guerra y Máximo del Castillo, gracias. Mención especial a cada uno de los "independientes" que forman parte de este libro y aquellos personajes que ayudaron para que Gráfica Independiente Dominicana siga hoy su curso.

Rossy Ramos, Ángel Rosario y Maurice Sánchez

Contactos:

6 Postales
valerialerner@mac.com
Alejandro Capellán
alejandrocapellan@gmail.com

Ana Díaz (Ana Banana)
anarimaconbanana.blogspot.com
anadiaz15@gmail.com
@rimaconbanana

Andrew Ramírez
andrewrami@gmail.com
diarosy@gmail.com

Ángel Rosario
llegoangel@gmail.com
@angelnickname

Camilo Venegas
elfogonerovenegas.blogspot.com
@camilovenegas

Chago García
chagotz@gmail.com

Christian Pimentel
cpimentel4@gmail.com
chris6969
bigoteestudio.blogspot.com

David Pérez (Karmadavis)
karmadavis@gmail.com

Eddy Núñez
eddy.nunez@gmail.com

Eduardo Suárez (DCO)
chicleenelcerebro@gmail.com

Elena Fernández
casielena@gmail.com

Engel Leonardo
engel.leonardo@gmail.com

Farah Paredes Viera
farah.paredes@gmail.com

Fernando Soriano
neuronitas@gmail.com

Guiselt Thaiz
guiselt.thaiz@gmail.com
guiseltthaiz.com

Hector Rodríguez
hectorbwn@yahoo.com

Ian Víctor
ian@modafoca.net

Ivory Núñez
ivorynunez@gmail.com

Jaime Guerra
elmaremoto@mac.com

Javier Reyes
reyesjav@gmail.com
javierreyes.tumblr.com

Jeannette Prats
www.janeprats.com
janeprats@gmail.com

Jorge González
jorge@modafoca.net

José Cruz (Surfito)
surfito@gmail.com

Katy Capriles
katycapriles@hotmail.com

Luis Molina
piaslevi@hotmail.com

Luis Valverde
Luis@lasederia.net

Maja Horn
maja10025@gmail.com

Maurice Sánchez
mauricesanchezr@gmail.com
theoldsystem.tumblr.com

Melissa Mejía
melissamrizik@gmail.com

Mario Dávalos
davalette@gmail.com
@davalette
mariodavalos.com

Olga Valdez
olfipua@gmail.com

Omar Carrera Knebel
odcarreraknebel@gmail.com

Osmany Rodríguez
osmanyrodriguez@gmail.com
Paolat de la Cruz
paolatdelacruz@gmail.com
www.paolatdelacruz.com

Zoilo Pimentel
zoilo.mam@gmail.com
@zoilo_pimentel

Rossy Díaz
diarosy@gmail.com

Rossy Ramos
rospop@gmail.com

Sara Hermann
sarahermann@yahoo.com

Virginia Perdomo
virginiaperdomo@gmail.com

William Ramírez
william@designaction.org
disewill2@gmail.com

Patín Bigote
www.patinbigote.com

Quisqueya Park
quisqueyapark.blogspot.com

La Sedería
www.lasederia.net
www.lapixeleria.net

Modafoca
modafoca.net

Revista Lengua
revista.lengua@gmail.com
www.revistalengua.com
@RevistaLengua

Tingola
tingola.net

Casa de Teatro
www.casadeteatro.com

Centro Cultural de España
www.ccesd.org
info@ccesd.org

Museo de Arte Moderno
contacto@cultura.gov.do

Capital BOOKS