

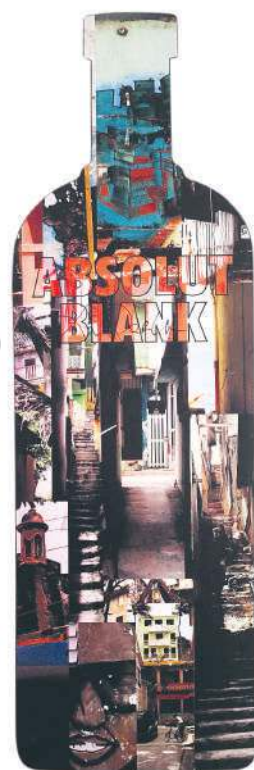
Jerry Aponte

Palmeras, casitas y cielo conforman la imagen en forma de mosaico escogida por este escultor en vidrio y acarealista. Su dibujo grita Caribe tanto por los colores como por la composición.



Hermanos Lumiere

Su trabajo se distingue por el juego de luces y la botella no es la excepción. Latigazos de rojo y azul en forma de 'ziz zag' resaltan sobre el negro en una explosión de energía y color.



Larry González

El fotógrafo oriundo de Ponce, vistió la botella del paisaje sanjuanero. Pasó tres días en La Perla fotografiando pasillos, rincones y, por supuesto, la vista del cielo y el mar. La selección y composición de las imágenes logran profundidad y dimensión. Mirarla provoca la sensación de entrar por recovecos que conducen al firmamento.



La botella como canvas

Artistas de diferentes disciplinas se unen para crear arte en la botella de Absolut

POR CAMILE ROLDÁN SOTO
croidan@elnuevodia.com

El arte puede habitar donde quiera y hay algo mágico en la posibilidad de validarlo. Tomemos, por ejemplo, una botella. ¿Cuántas y cuan diversas interpretaciones puede contener? Tantas como la imaginación permita, según demuestra el trabajo de cientos de artistas de todo el mundo participantes de la campaña Absolut Blank.

Esta iniciativa de la marca de vodka Absolut escogió en Puerto Rico a ocho artistas de va-

rias disciplinas a quienes invitó a utilizar un gran canvas en forma de la botella. Ellos fueron: Hermanos Lumiere, cuyo trabajo se distingue por sus piezas creativas iluminadas; los arquitectos Vladimir García y Doel Fresse y el escultor Imel Sierra. Completaron el junte el fotógrafo Larry González, la artista plástica Ivelisse Brignoni, el artista gráfico urbano Luis Díaz Alejandro y el escultor de vidrio Jerry Aponte.

El resultado es una muestra del ingenio y talento del grupo, que se valió de múltiples perspectivas para idear por separado

sus siete obras, algunas realizadas en colaboraciones de dos.

No es la primera vez que ocurre. Absolut ha estado ligada al arte desde su entrada a Estados Unidos en el 1979, explica Doron Fridman, director de Absolut para Latinoamérica. A partir de esta fecha fue poco a poco desarrollando innovadoras y consistentes campañas publicitarias en las cuales la creatividad artística ha sido prioridad.

El polifacético Andy Warhol fue el primero en realizar una obra comisionada por la empresa para mercadear la bebida. Luego del éxito de esta apuesta,

en el 1985, la marca continuó convocando a cientos de pintores y exponentes de otras disciplinas artísticas incluyendo la moda, la fotografía y la arquitectura. Entre ellos figuran Jean-Michel Basquiat, Mariné, Barceló, Mariscal, Julian Schnabel, Grace Jones, Debbie Harry, Madonna y Keith Haring.

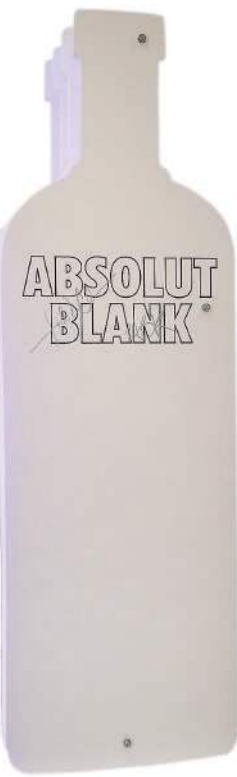
Tan grande y de tan alta ca-

lidad es la colección de obras reunidas a través del tiempo que que el Spritmuseum en Estocolmo cuida hoy los trabajos de 850 artistas producidos para Absolut entre el 1986 al 2004. Una muestra de 70 de ellos se exhiben actualmente en la institución y la colección completa, así como la historia de las campañas de la marca, también puede ser vista en el portal www.absolutart.com.

“Uno de nuestros propósitos ha sido desafiar lo usual. En base a esa historia de colaboraciones con el mundo artístico arrancamos con Absolut Blank.

Esta vez, con una nueva generación de artistas de más de 120 países que incluyen Latinoamérica, el Caribe, México y Brasil”, señala Fridman.

En este caso, se trata de artistas de reconocida trayectoria a quienes la empresa busca apoyar a través de la promoción de su trabajo. Las obras creadas recientemente para la campaña fueron exhibidas en la Galería Nacional de San Juan y serán expuestas en diferentes restaurantes y hoteles de la zona metropolitana. A continuación una breve descripción de los trabajos:



Héctor Bern e Imel Sierra

La simpleza y elegancia del blanco iluminada sutilmente con diferentes tonalidades de colores básicos fue la apuesta de este diseñador gráfico y arquitecto. La intención fue hacer referencia al Caribe pero apartándose del folklorismo. La botella es totalmente blanca pero los artistas construyeron adentro de ella un delicado carril de luz que cambia de colores e ilumina sus extremos.



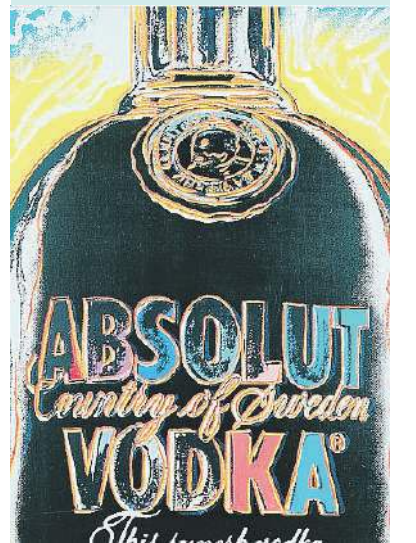
Luis A. Díaz Alejandro

Limpio y minimalista, su trabajo sobre la botella consistió en la impresión de la frase: “Que rico Puerto Rico” en una divertida y delicada tipografía con toques de anaranjado.



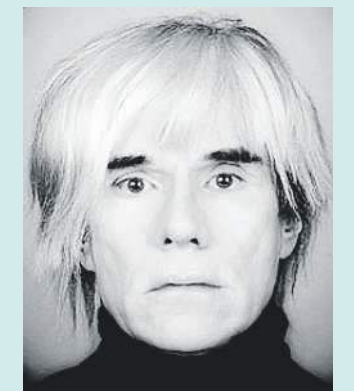
Ivelisse Brignoni

La única chica del grupo quiso, con toda la intención, jugar con elementos y referencias a lo femenino. Utilizó diferentes materiales y tonalidades de rosa, violeta, azul y negro así como la silueta de una mujer con los cabellos al viento. Integró a su diseño algunos ojos de pestañas largas y pequeños ‘beads’ plateados que parecen joyería y crean relieve.



UNA MARCA, muchos artistas

En el 1985, Absolut convocó al artista Andy Warhol para que plasmara su arte ‘pop’ en la botella del licor para ser utilizado en anuncios de revistas. La imagen se convirtió en un icono y más tarde la marca invitó al mismo ejercicio a los conocidos Keith Haring, Romero Britto, Francesco Clemente, Fobia, Robert Indiana, Frank Kozik, Julian Schnabel, Herb Ritts, entre muchos otros cuyas obras son parte de la referencia artística del momento y hoy son custodiadas en Estocolmo.



ANDY WARHOL