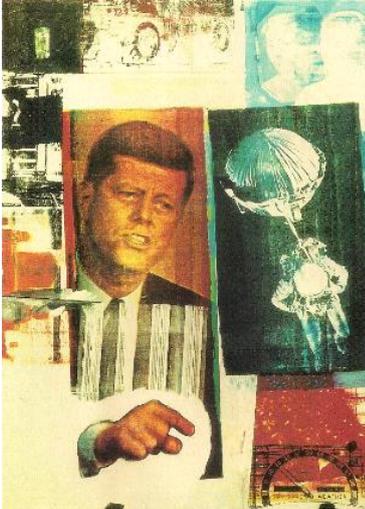


Pop Art El Pop americano

Aunque cronológicamente el pop inglés antecede al americano, es en Estados Unidos donde hay que buscar la esencia del Pop Art. El año 1962 fue sin duda el año de su consagración.



Robert Rauschenberg "Retroactivo" óleo y serigrafía sobre tela, 1964. Las primeras "pinturas combinadas" de Rauschenberg incluían, al estilo de ciertas obras dadaístas, diversos elementos: trapos, fotografías y animales desecados. Progresivamente, las técnicas fotográficas sobre tela y la serigrafía tendieron a asumir el procedimiento del collage. Así, la figura del presidente Kennedy yuxtapuesta a las imágenes de un camión militar y de un astronauta, refleja la situación de la sociedad norteamericana, durante la Guerra Fría, el embate a Cuba y la carrera espacial.

Lucy Lippard sostiene que a pesar de que los artistas pop se inscriben en la larga trayectoria realista de la pintura americana de principios de siglo, sería un error atribuir la aparición del Pop Art a influencias históricas. Según Lippard habría que buscar la fuerza del movimiento en un impulso del momento. Sobre lo que no hay ninguna discusión es en que fue decisiva la presencia en Nueva York de Marcel Duchamp y otros representantes de la corriente dadaísta en la consolidación del Pop americano. Una exposición celebrada en 1961, "The art of assemblage", con Dine, Johns, Kienholz y Rauschenberg, confirmaría que el arte Pop americano, al menos el de sus precursores, fue un retorno al dadaísmo y, por lo tanto, una nueva forma de arte neodada.

Sin embargo, la mayoría de los artistas del Pop Art nunca renegaron del arte como lo hizo el movimiento dada, ni tenían nada que ver con el nihilismo dadaísta. De hecho, algunos dadaístas han negado esta relación Pop-Dada. Harto elocuentes son las palabras pronunciadas por Duchamp en 1962: "En el neodada emplean ready made para descubrir en ellos valor estético. Yo les lancé a la cara botellas ("Botellero" 1914) y el orinal ("La Fuente" 1917), como una provocación y ahora los admiran como algo bello."

El objeto pop no es ni representado, según los criterios tradicionales de la mimesis, ni presentado, a la manera de los objetos de Duchamp, sino simbolizado. Las temáticas pop expresan simbólicamente situaciones colectivas. La relación directa entre la temática pop y la sociedad en la que se origina sería en último término lo que explicaría la gran diferencia entre el pop anglosajón, el europeo continental y el norteamericano, viva expresión este último del modo de vida americano.

En medio de un clima eufórico marcado por la era Kennedy, se desarrolló durante los años sesenta en los Estados Unidos la llamada "american way of live" marcada por el bienestar económico y revolución tecnológica, cuyo principal ícono fue la televisión. Este auge de la tecnología cambió de modo radical la relación del individuo con el mundo, creando una nueva realidad, la de la cultura de masas, que tendría que resultar fundamental dentro de la aparición del Pop Art en los Estados Unidos.

Tal como su propio nombre indica, el Pop Art quería ser ante todo un arte para las masas, un arte popular. Los artistas pop se querían distanciar del hermético y minoritario minimalismo o del subjetivo y romántico expresionismo abstracto. Se trataba de minar el propio concepto de arte: originalidad, expresividad e individualidad eran palabras caducas en una sociedad



Andy Warhol "sopas Campbell's"
1964



Andy Warhol "Veinte Marilyns"
1962 Serigrafía 197 x 116 cm. A Warhol le gustaba la serigrafía porque "consigue la misma imagen, aunque ligeramente diferente cada vez". Las variaciones por la obstrucción de la tinta o al retirar la plantilla transformaban la imagen a través de este proceso sobre el cual se tenía un control parcial. La tosca manipulación de las plantillas de serigrafía da lugar a sombras y manchas. Las zonas coloreadas fueron pintadas a mano sobre una capa de pintura blanca que únicamente puede verse en los dientes. Warhol eligió colores chillones y el efecto conseguido es artificial.

donde los medios de comunicación habían acabado con el individuo, sumiéndolo en un mundo artificial y manipulado por unos pocos poderosos. Como diría el propio Andy Warhol, "mi arte es producto del materialismo e impersonalidad ostentosos de Estados Unidos [...], si queréis saber quién soy, mirad mis obras: detrás de ellas no hay nada [...]. Tan sólo veo la superficie de las cosas, su textura, sus palabras, los símbolos pragmáticos y efímeros de nuestra sociedad".

Así es como durante los años sesenta los artistas pop recurrieron a nuevas temáticas y técnicas artísticas, en estrecha relación con el mundo mecanizado capitalista y con la cultura de masas. De la mano de Warhol asistimos a las primeras serigrafías, ejemplos famosos son las series de Marilyn Monroe, Elvis Presley o la familia Kennedy. En estas creaciones ya no es posible distinguir la mano del artista, puesto que se aplica un proceso industrial como base: la fotografía. Los creadores pop minan así el propio concepto de originalidad e inscriben su obra dentro de un proceso mecanizado, como si de un objeto de consumo se tratara. La intención es desmitificar y despersonalizar la obra de arte, mostrando a su vez la relación máquina-hombre. A veces se doblan, se triplican y se multiplican los personajes de Warhol sobre la serigrafía, como si de una cadena de producción se tratara, robándoles por completo toda personalidad e inscribiéndolos en una sociedad donde el bombardeo de imágenes es constante y todo se vuelve cada vez más superficial.

La "edad de oro" de la televisión y los electrodomésticos llevó a considerar la obra de arte como un objeto de consumo más, que tenía que representar los íconos populares del momento. Así nacen temas tan alejados de los tradicionales como son los héroes de cómics, la Coca-Cola, las sopas Campbell's, las pin-up girls o los artistas y cantantes del momento (Marilyn Monroe, Elvis Presley, Liz Taylor), que serán tratados con la misma frivolidad que las serigrafías de Lenin, Mao Tse Tung o Jackie Kennedy. Se trata, como decía el propio Richard Hamilton, uno de los fundadores del movimiento pop en Inglaterra, de crear "un arte pasajero, que pueda darse de baja, joven, sexy, evasivo, de bajo coste y producido en masa, ante todo popular...". El objeto cotidiano asume el protagonismo absoluto en la obra, descontextualizándolo para darle una nueva dimensión. En *Cinco botellas de Coca-Cola* de Warhol, por ejemplo, las botellas se disponen sobre un grande lienzo para darles protagonismo y hacernos reflexionar sobre el valor de éstas últimas: no se trata tan sólo de la presencia física de la Coca-Cola en nuestras vidas a través del bombardeo de imágenes y de publicidad al que estamos sometidos, sino que la reflexión va más allá: ¿qué significa la Coca-Cola para nosotros? Como si de un tótem de nuestro tiempo se tratara, dicha marca refleja juventud, belleza, vitalidad, sexo, alegría, frescura... es decir, el ideal del hombre actual y de la "american way of life". La Coca-Cola se transforma así en un ideal de vida tal como Marilyn Monroe constituye el ideal de mujer. Es interesante observar como en la



Roy Lichtenstein "M-Maybe"

1965 Óleo y magna sobre lienzo.

Las primeras obras del artista parecían ampliaciones de las viñetas de los cómics. La zona de puntos reproduce los puntos usados para conseguir tonos y colores mezclados en una imagen impresa. Lichtenstein utiliza los colores primarios de los cómics y un contorno negro que enmarca zonas blancas o de color.



Claes Oldenburg "Floor Burger" y "Floor Cake" 1962. Género pintado, espuma y caucho. La hamburguesa, el cono de helado y la porción de pastel, reproducidos a gran escala en vinilo y tela y rellenos de miraguano, introdujeron lo blando en la escultura.

era de la revolución sexual y feminista, la mujer aparece en las obras pop como un objeto de consumo. Y es que los artistas quieren reflejar la cultura de masas, donde las mujeres se presentan ante todo como objetos sexuales.

Las obras pop no sólo remiten a unos contenidos sociales determinados, sino también a sus estructuras lingüísticas. El pop, en este sentido, se ha apropiado de técnicas expresivas inspiradas en los *mass media*, como la fotografía y distintos procedimientos derivados de ella (ampliaciones y yuxtaposiciones, *collages*, fotomontajes), el cómic y el cartel publicitario, con sus diferentes técnicas visuales (acumulación, oposición, supresión).

La utilización de la pintura acrílica, derivada de los colores planos del cartel, el cultivo de la bidimensionalidad, el recurso del dibujo nítido y la utilización del gran formato son otras tantas características del Pop Art americano, a la que tendríamos que añadir la de la despersonalización.

La despersonalización y la objetividad nos apuntan otra característica del Pop: la neutralidad, el acriticismo. El realismo pop no es un realismo social que sirva a ideología alguna, a no ser la capitalista. La actitud que revela el artista pop es una actitud conformista respecto al sistema, pero inconformista respecto al arte. El Pop Art rechaza las convenciones estilísticas y temáticas de la tradición aristocrática del arte, al tiempo que desprecia la cultura de museo, el arte institucionalizado, el arte de los grandes maestros.

Lo que sí existe entre todos los artistas pop es una verdadera fascinación por la ciudad (sus vallas, sus letreros, sus supermercados, sus tiendas), y por el mundo de los *mass media*, símbolo, al decir de Rosenquist, de "nuestra sociedad libre". Como afirma Lucy Lippard: "El Pop ha sido un reflejo ilustrativo de la situación de fetichismo bajo la que se encuentra el mundo neocapitalista".



Jasper Johns "Bandera" encáustico sobre lienzo, 1958. Cuando Magritte pintó una pipa con la leyenda "Esto no es una pipa", denunciaba la ilusión de la representación. Por el contrario, Jasper Johns no sólo representa, sino que es una bandera,

como lo es cualquier superficie cubierta con esta distribución de colores. Antiexpresionismo: la técnica de la encáustica, debido a su relativa dureza, se opone a la retórica gestual. Johns estableció así su distancia con respecto a la concepción de la pintura como expresión de la interioridad del artista, la que reforzó con series sistemáticas sobre un solo motivo (banderas, mapas de Estados Unidos y blancos).

El Pop Art en Europa



Richard Hamilton “¿Qué es lo que hace al hogar actual tan diferente, tan atractivo?” 1956. Collage.



Eduardo Paolozzi “Fui el juguete de un hombre rico” 1947. Collage sobre papel.

La contribución de Europa al Pop Art es bastante limitada. Si exceptuamos el caso del Pop inglés, que incluso se adelantó cronológicamente al americano –fue hacia 1955 cuando el crítico Lawrence Alloway empleó por primera vez el término, para designar las investigaciones de los jóvenes artistas en torno al Independent Group-, el pop europeo quedó limitado a figuras aisladas.

El Pop inglés

El papel precursor del arte Pop inglés se concreta en el independent Group (IG) del Instituto de Artes Contemporáneas de Londres, fundado en 1952, y en dos exposiciones. La primera, “Paralelo entre el arte y la vida” (1953), organizada por uno de los primeros animadores del pop inglés, Paolozzi, que ponía en evidencia un mundo en el que la vida y el arte se asociaban. Fue la primera en presentar al público imágenes populares, liberadas de toda connotación artística tradicional.

El IG fue responsable de la segunda exposición, “This is tomorrow” (1956), Richard Hamilton exhibió un collage titulado “Exactamente, ¿qué es lo que hace a los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?” un verdadero inventario de lo que pasaría a ser el lenguaje pop: imágenes publicitarias, escenas de cómic, pin-ups, folclore urbano, sexualidad, presentación de la palabra *pop* como abreviatura de arte popular y otros elementos.

Richard Hamilton por un lado conserva la objetividad de las imágenes populares, pero las presenta con una precisión y perfección formal que le vinculan estrechamente con la fría despersonalización de las producciones americanas.

El resto de los artistas británicos de la generación se separan un tanto de su fría despersonalización. Tal es el caso de Peter Blake, que une la imagen popular con el respeto a la tradición de la gran pintura, e introduce una vena irónica y una nostalgia impropia del pop ortodoxo.

Bibliografía

Historia del Arte (2011). España: Espasa Libros.

Historia del Arte: El arte contemporáneo (2006). Barcelona: Ediciones Folio S. A.