

Pop Art

cómo los artistas pop se inspiraron y crearon arte directamente a partir de bienes de consumo, medios de comunicación y cultura popular

Contexto de posguerra

En los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos disfrutó de un período de crecimiento económico y político sin precedentes. Muchos estadounidenses de clase media se mudaron a los suburbios, estimulados por la disponibilidad de viviendas económicas y de producción masiva. Un nuevo tipo de música, *rock and roll*, irrumpió en la cultura popular y se convirtió en la banda sonora de la rebelión adolescente. Marilyn Monroe era una estrella de cine y la televisión reemplazó a la radio como el medio de comunicación dominante.

Pero a fines de la década de 1950 y principios de la década de 1960, una revolución cultural estaba en marcha, liderada por activistas, pensadores y artistas que buscaban cambiar, e incluso anular, lo que, a sus ojos, era un sofocante orden social regido por la conformidad. La Guerra de Vietnam provocó protestas masivas, el Movimiento de Derechos Civiles buscó la igualdad para los afroamericanos y el movimiento de liberación de las mujeres ganó impulso.

Pop Art: inspirado en lo cotidiano

Fue en este clima de turbulencia, experimentación y creciente consumo que surgió una nueva generación de artistas en Gran Bretaña y Estados Unidos a mediados y finales de la década de 1950. Estos artistas comenzaron a buscar inspiración y materiales en su entorno inmediato. Hicieron arte que reflejaba, criticaba y, a veces, incorporaba artículos cotidianos,

bienes de consumo y mensajes e imágenes de los medios de comunicación. En referencia a su pretendido atractivo popular y su compromiso con la cultura popular fue llamado *Pop art*.

Los artistas pop se esforzaron por hacer notar la sencillez en su trabajo, utilizando franjas audaces de colores primarios, a menudo directamente de la lata o el tubo de pintura. Adoptaron métodos de publicidad comercial como la serigrafía, o produjeron “múltiples”, minimizando la mano del artista y subvirtiendo la idea de originalidad y preciosidad, en marcado contraste con las pinturas abstractas altamente expresivas y a gran escala de los expresionistas abstractos, cuyo trabajo había dominado el arte estadounidense de la posguerra. Los artistas pop favorecían el realismo, las imágenes cotidianas (incluso mundanas) y grandes dosis de ironía e ingenio.

Pero muchos artistas pop, incluidos Andy Warhol y Roy Lichtenstein, eran muy conscientes del pasado. Intentaron conectar las tradiciones de las bellas artes con la cultura de masas de la televisión, la publicidad, el cine y los dibujos animados. Al mismo tiempo, desafiaron los límites tradicionales entre medios y técnicas, fusionando la pintura con la fotografía y el grabado, combinando elementos hechos a mano y prefabricados o producidos en masa, y uniendo objetos, imágenes y, a veces, texto para crear un nuevo significado.

Apropiación

La apropiación es el préstamo, copia y alteración intencionales de imágenes y objetos existentes. Una estrategia que ha sido utilizada por artistas durante milenios, adquirió un nuevo significado a mediados del siglo XX con el auge del consumismo y la proliferación de imágenes a través de los medios de comunicación de las revistas y la televisión.

Los artistas pop se deleitaban en reproducir, yuxtaponer y repetir imágenes cotidianas de la cultura popular en su amplio trabajo. Al hacerlo, reflejaron y criticaron las ideas, los deseos y las tendencias culturales de su tiempo. Como dijo Andy Warhol, "los artistas pop hicieron imágenes que cualquier persona que caminara por la calle reconocería en una fracción de segundo: cómics, mesas de picnic, pantalones para hombres, celebridades, refrigeradores, botellas de Coca-Cola". Hoy en día, apropiar y mezclar elementos populares de la cultura es una práctica común para los artistas que trabajan en muchos medios

diferentes, pero tales estrategias continúan desafiando las nociones de originalidad y autoría, y empujando los límites de lo que significa ser un artista.

Roy Lichtenstein basó su ingeniosa carrera en la imitación, comenzando por apropiarse de imágenes de anuncios y cómics a principios de la década de 1960. La fuente de su pintura *Drowning Girl* es "Run for Love!", la melodramática historia principal de *Secret Love* # 83, un cómic de DC Comics de 1962. En la ilustración original, el novio de la niña ahogada aparece en el fondo, aferrándose a un bote volcado. Lichtenstein recortó dramáticamente la imagen, quitando el bote y al novio para que la niña apareciera sola y centrada, con la cabeza rodeada por un vórtice de agua. También acortó la primera línea del globo de diálogo, que originalmente decía "¡No me importa si tengo un calambre!", A la más ambigua "¡No me importa!" En la segunda línea, cambió el nombre del novio de "Mal" a "Brad". Al explicar el atractivo de los cómics, Lichtenstein dijo: "Estaba muy emocionado e interesado por el contenido altamente emocional pero desapegado, el manejo impersonal del amor, el odio, la guerra, etc. en estas imágenes de dibujos animados “



Roy
Lichtenstein
Drowning Girl
1963
[MoMA](#)
(entrar al link y
ampliar para
ver en detalle)

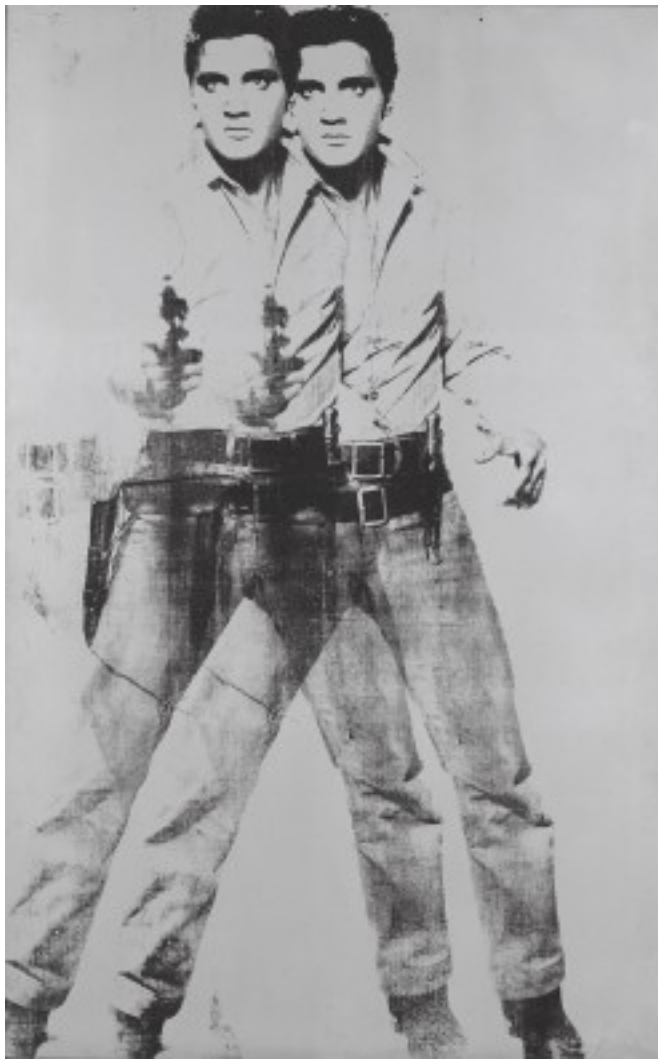
Para que su pintura pareciera producida mecánicamente, Lichtenstein imitó minuciosamente el aspecto de las imágenes impresas comercialmente. Trabajando a mano, primero copió la imagen de origen, alterando su composición a su gusto. Luego proyectó y trazó su boceto en un lienzo, delineando sus figuras y formas en negro y completando las imágenes con colores primarios o con patrones de puntos repetidos que replicaban los puntos de Ben-Day comúnmente utilizados en los procesos de impresión en masa.

La creciente popularidad de la televisión en los hogares estadounidenses a fines de la década de 1950 y principios de la década de 1960 alimentó una cultura de adoración a las celebridades en todo Estados Unidos. Ahora capaz de ver a sus actores, músicos, atletas y políticos favoritos desde la comodidad de sus salas de estar, el público quedó cautivado por personas que representaban el sueño americano de dinero, glamour y éxito.

Celebridad

Los artistas pop aprovecharon la cultura de adoración a las celebridades, retratando íconos culturales y figuras políticas de una variedad de medios. Adoptaron, y a veces astutamente criticaron, esta cultura saturada de medios, empleando los rostros de actores de Hollywood, músicos, criminales notorios, políticos, y las historias sensacionalistas que los rodean, como fuentes de imágenes y reflejos de la cultura cambiante.

A principios de la década de 1960, Andy Warhol recurrió a celebridades como Marilyn Monroe, Jacqueline Kennedy y Elizabeth Taylor como tema artístico. Produjo varios retratos a tamaño real de Elvis Presley, el cantante de *rock and roll* y símbolo sexual más famoso de Estados Unidos a lo largo de la década de 1950. En 1963, cuando se hizo esta pintura, Elvis, cuyos movimientos de sacudida de la cadera habían escandalizado sólo una década antes, estaba siendo eclipsado por una nueva generación de artistas, y su carrera estaba en declive.



Andy Warhol

Double Elvis

1963

[MoMA](#)

(entrar al link y ampliar para ver en detalle)

En *Double Elvis*, Warhol creó un efecto estroboscópico al superponer dos imágenes del cantante, muy probablemente obtenidas de una publicidad del western *Flaming Star* (1960). El fondo plateado transmite una sensación de glamour, a la vez que cumple un propósito práctico: la opacidad de la pintura en aerosol permitió a Warhol enmascarar y serigrafiar fácilmente múltiples imágenes una encima de la otra. *Double Elvis* originalmente pertenecía a un lienzo largo y continuo de “Elvises” que luego se cortó y se extendió en múltiples pinturas. El interés del artista en la película podría explicar por qué creó a Elvis en doble: el cantante / actor parece moverse de un lado a otro, como en una tira de película.

Poco después de su trágica muerte en 1962, Warhol realizó una serie de pinturas en homenaje a Marilyn Monroe, la actriz, modelo y cantante que había capturado la imaginación de Estados Unidos en películas como *Gentlemen Prefer Blondes* y *How to Succeed in Business Without Really Trying*. Warhol basó este retrato en una publicidad de la película de 1953 *Niagara*. Pintó el fondo de oro antes de serigrafiar la cara audazmente coloreada en el centro, agregando negro

para mostrar sus rasgos. Incluso cuando Warhol canoniza a Monroe, revela su personalidad pública como una ilusión cuidadosamente estructurada. (Ver en [MoMA Gold Marilyn Monroe](#))

¿Línea de montaje de arte?

En agosto de 1962, Andy Warhol comenzó a producir pinturas utilizando el proceso de serigrafía. Él recuerda: "El método de sello de goma que había estado usando para repetir imágenes de repente parecía demasiado casero; quería algo más fuerte que diera más efecto de línea de montaje. Con la serigrafía, eliges una fotografía, la explotas, la transfieres con pegamento a la seda y luego pasas tinta sobre ella para que la tinta atraviese la seda pero no el pegamento. De esa manera obtienes la misma imagen, ligeramente diferente cada vez. Todo suena muy simple, rápido y atrevido. Estaba emocionado con eso. Mis primeros experimentos con pantallas fueron las cabezas de Troy Donahue y Warren Beatty, y luego, cuando Marilyn Monroe murió ese mes (agosto de 1962), tuve la idea de hacer pantallas de su hermoso rostro" (Andy Warhol, *Popism*, 1980)

Warhol tomó a Marilyn Monroe como su tema en diferentes medios, serigrafiando la imagen de la actriz varias veces en una cuadrícula en colores brillantes y en blanco y negro. Al repetir la imagen de Monroe (y la de otras celebridades) una y otra vez, Warhol reconoció su propia fascinación por una sociedad en la que las personas podían fabricarse, comercializarse y consumirse como productos. (ver en [MoMA](#))

[MoMA - Pop Art](#)

traducción de publicaciones de la web del museo
para HDIT II FADU - UBA - Cat. ORTIZ ex-MARINO