

INTERNACIONALISMO POP Y POP ARGENTINO



SEPTIEMBRE 1999

FUNDACION
FEDERICO JORGE
K L E M M

EL ENCADENAMIENTO Y EL DESENCADENANTE POP

El *Pop-Art* internacional y su mimesis regionalista argentina, caracterizaron los años 60, sobre todo, en su último tramo. La Fundación Federico Jorge Klemm, presenta un panorama de aquellos años finales de la década del 60 y lo hace, desde una visión formalizada en la gráfica y el diseño, cuando se pensaba en el triunfo de las obras seriales y se desconfiaba de las obras auráticas.

La pérdida del aura de la obra de arte (Walter Benjamin), fue el mensaje que subliminalmente captó un grupo de artistas que no creían en el prestigio de la obra única y tendían a colectivizar los significantes que surgían de la territorialidad artística y su agenciamiento. Y cuando anoto "agenciamiento" lo hago en torno a conceptos elaborados por Deleuze y Guattari en su inolvidable texto "Rizoma" en el momento que intentaban definir lo que es multiplicidad, teniendo en cuenta las líneas de articulación y segmentariedad, estratos, territorialidades y líneas de fuga...

Es sabido, que en el momento en que proliferaba el *Pop-Art*, se aceptaba de acuerdo con este movimiento el impacto que la civilización tecnológica le imprimía al espacio urbano, dejando de lado cualquier tentativa de transformación social y tendía a estetizar la sociedad de masas norteamericana. Un enérgico pragmatismo se imponía sobre la acción artística dividiendo sus conductas, negando la introducción de testimonios críticos que pudieran poner en duda el ámbito de la propia especialización.

Sobre las huellas de un sistema opulento, que no se interrogaba demasiado en lo referente a la condición y el rol productivo del hombre, el arte norteamericano se movía alrededor de la recuperación de imágenes que provenían del espacio de la ciudad, megalópolis ilimitadas y proliferantes, producto de una economía en expansión que encuentra un lugar de privilegio en el mercado. Imágenes que ciñen el teatro de la ciudad y acompañan el viaje diurno y nocturno del hombre masa, no regimentado en el engranaje productivo de una máquina que funciona sin descanso, de acuerdo a reglas ya asignadas que lo transforman en partícipe y sujeto pasivo del espectáculo de los grandes consumos.

La mercancía está presente en el sueño del hombre medio norteamericano, como motorización de todos los deseos. La ciudad y el espacio, el cauce natural del "american dream", entendido como sueño continuo de opulencia y de aturdimiento organizado del producto consumístico. El arte deviene en el instante ejemplar, de exhibición resplandeciente de semejante sueño, la práctica alta que ubica sobre la escena definitiva del lenguaje el estilo bajo de las imágenes, producidas por los medios de comunicación masiva, por la publicidad y otros instrumentos de persuasión oculta y explícita de la industria norteamericana.

El *Pop-Art* nace como movimiento en Inglaterra, y se lo puede considerar como una reacción a la tradición inglesa que apostaba su destino artístico a la quietud de los géneros tradicionales y pasa a ser patrimonio de la estilemática artística norteamericana que radicalizó todos los postulados del arte hasta ese momento.

En la Argentina, Jorge Romero Brest atento a lo que sucedía en los Estados Unidos, convoca a un crítico de ese origen, Lawrence Alloway, como testimonio y garantía de las conductas artísticas que se agitaban en ese momento, buscando analogías con esa manera de operar en el arte.

Sin los referentes originales los artistas *Pop* argentinos se mimetizan en los artistas norteamericanos; exploraban los lugares abiertos por los espacios publicitarios o remitían a mitologías **pop-ulares** y a los medios de comunicación para intentar romper el elitismo de los mensajes artísticos depositados en los géneros más tradicionales.

El arte se ha transformado en una práctica indolora que no apela a la subjetividad del artista, que en ese momento se ocupa exclusivamente del trabajo creativo técnico específico que no interfiere con impulsos ligados con las personalidades singulares. La individualidad se mide con

otros parámetros que son aquellos de una elaboración de lenguaje adecuada a un resultado cualitativamente alto. A través de tales procesos se determina un nuevo tipo de imagen que entra en el circuito de las otras imágenes pero en función de otro contexto, aquel del arte. El rescate concierne al proceso de la formación de la imagen y también al circuito de su circulación.

Tanto los artistas *Pop* norteamericanos como los argentinos -más allá de la mimesis- recuperan los íconos que producen consumo, bajo el imperativo del sistema publicitario. Pero si las imágenes publicitarias y aquellas vehiculadas por los medios de información de masa tienen siempre una explícita carga metafórica, las reformuladas por los artistas *Pop* poseen una tensión metonímica, suceden en presencia.

De hecho, tienden a vehicular la propia carga signífica, a evidenciar una sintáxis que se sostiene a sí misma y no pone el acento en ningún contenido interno. El consumo tiene siempre necesidad de encontrar su propio soporte, su motivación que debe asumir la forma de su representación

Si tomamos el ejemplo de las imágenes publicitarias, comprobamos que están al servicio de un producto que debe ser exaltado mediante estímulos que reenvían permanentemente a su bondad. En su nivel de superficie nunca olvidan la misión para la que fueron creados. En cambio, la imagen *Pop* encuentra en su propia estructura formal la motivación de su existencia. Existencia que prescinde del contenido precedente y que pertenece al contexto donde se ha efectuado el relevamiento.

De este modo, la metáfora (ausencia) se transforma en metonimia (presencia) en una cadena visible que encuentra su funcionamiento en la simple contigüidad de los elementos extrapolados. El simulacro y el estoicismo operativo del *Pop-Art* encuentran en la sociedad norteamericana los presupuestos necesarios para su afirmación. También, encuentran una tradición figurativa que les permite reconocerse entre sí. Paradojalmente el espíritu pionero norteamericano asiste al nacimiento realista de la "american scene" como equivalente de la del *Pop-Art*. Todas participan en la conquista de los nuevos espacios; geográficos, económicos y antropológicos. La escena americana celebra la épica de un pueblo que arriesga a controlar los grandes espacios de la naturaleza, a transformar enormes extensiones en territorios cultivados...

El *Pop-Art* celebra la épica de la soledad urbana, de una nueva realidad hecha de espacios artificiales e inconvenientes, de amenazas de relaciones intersubjetivas y de ineluctables separaciones. Entre ambas relaciones, la pintura usa tonos objetivos y descriptivos, una postura que registra la nueva situación. La figura tiene su propia impasibilidad, una fijeza fenoménica que no deja entrever la introducción de elementos perturbadores.

El tejido cultural de base está impregnado de un pragmatismo que no permite posibilidades alternativas.

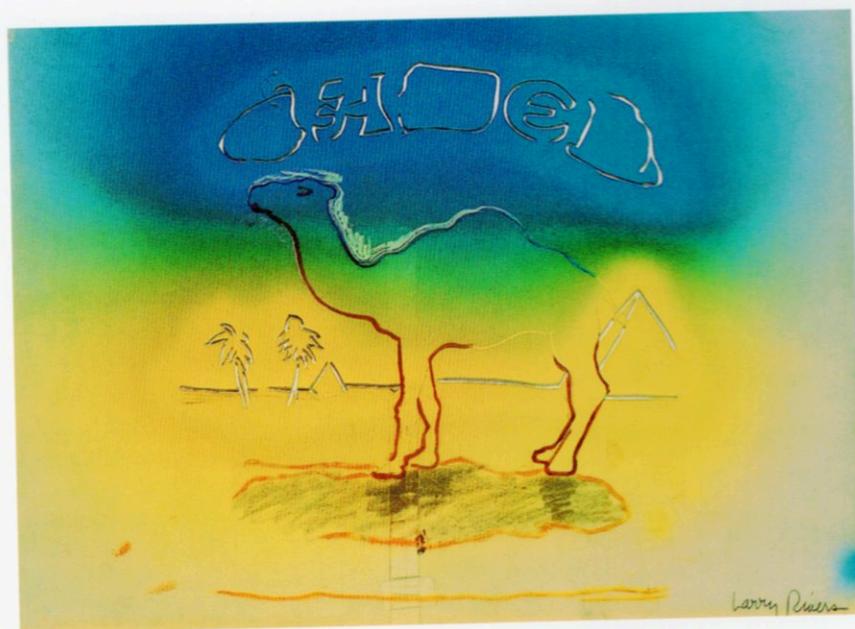
En la Argentina, por falta de adhesión a la observación y a la realidad pragmática estas protocondiciones de la escena y el *Pop-Art*, son imposibles frente a toda verificación porque la mentalidad tanto territorial como proyectual permanecen en estado mostrenco, en el sentido de una cultura de la superficie y sus napas, que esperan algún salvataje cultural que atenúe su salvajismo doméstico.

El *Pop-Art* celebra una conquista ulterior, aquella de la megalópolis, de la gran extensión urbana, de la naturaleza artificial de la ciudad, sostenida en el sistema publicitario que determina los modelos de comportamiento.

El gesto producto del *Pop-Art*, respecto a sus antepasados lingüísticos más remotos, es el de una simulación que secunda la pérdida de sentido de la imagen comercial, hasta el punto de conducirla a un nivel de brillante superficialismo. De este nivel el arte apunta a la vida como a un cuerpo exterminado de signos, útiles para producir un trabajo de cosmética estetizada y fundar la antropología de un hombre nuevo, pero que ya la historia está demostrando que pertenece a un sueño acotado y circunscripto.



Jim Dine
S/T



Larry Rivers
"Stencil Camel"



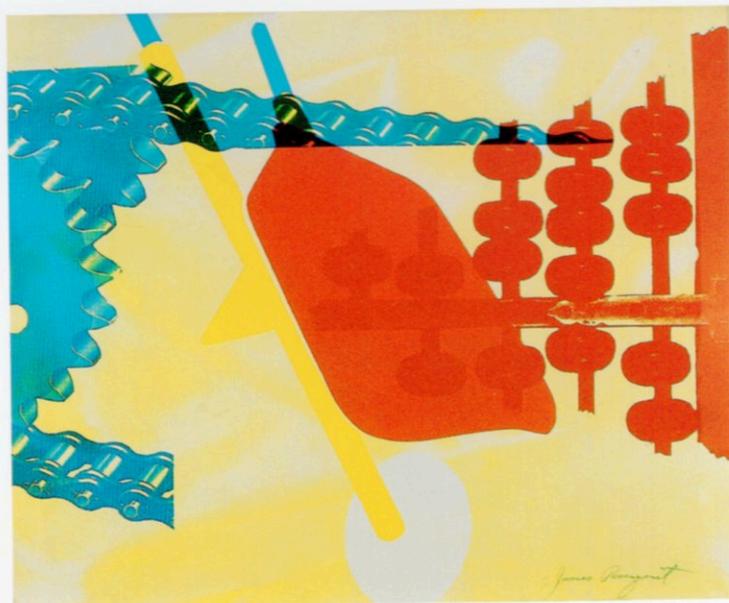
Roy Lichtenstein
"Sweet Dreams, Baby"



Tom Wesselmann
"Cut-out Nude"



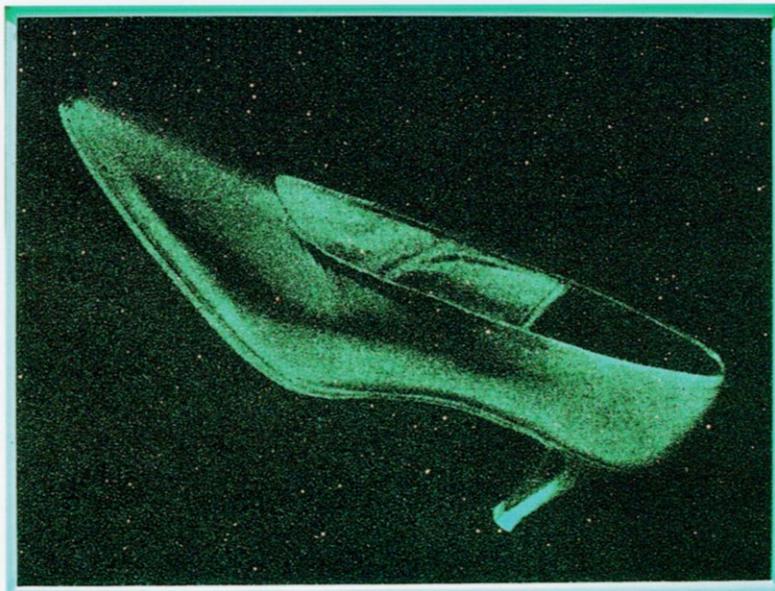
Andy Warhol
"Jackie"



James Rosenquist
"Circles of Confusion"



Andy Warhol
"Jesucristo"



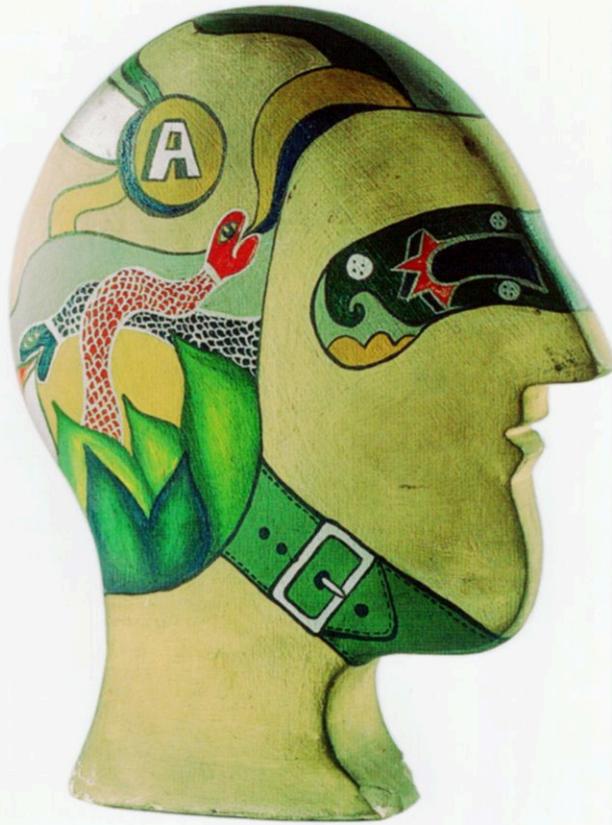
Andy Warhol
"Shoe"



Delia Cancela - Pablo Mesejean
"Muñeca y Nubes"



Marta Minujin
"La Mano"



Alfredo Rodríguez Arias
"Cabeza"



Dalila Puzovio
"Dalila"



Juan Stopani
"Astronauta"

OBRAS EN EXHIBICION

ANDY WARHOL

- "Four Marilyns" · 1979/86 · Silkscreen inks and synthetic polymer on canvas · 92.4 x 70.8 cm.
"Jackie" · 1964 · Silkscreen inks and synthetic on canvas
"Shoe" · 1980 · Silkscreen inks and synthetic polymer and diamond dust on canvas · 40.3 x 29.8 cm.
"Jesucristo" · 1986 · Synthetic polimer paint silkscreened on paper · 80 x 61 cm.
"Flowers" · 1970 · Screenprint on white paper · 91.5 x 91.5 cm.
"Electric chair" · 1971 · Screenprint on white paper · 90.2 x 121.9 cm.
"Jackie III" · 1966 · Screenprint on white paper · 101.6 x 76.2 cm.
"Jackie" · 1965 · Screenprint on white paper · 61 x 51 cm.

JIM DINE

- "Sin título" · 1965 · Screenprint on paper · 75 x 60 cm.
"Sin título" · 1965 · Screenprint on paper · 61 x 55 cm.
"Sin título" · 1965 · Screenprint on paper · 101 x 75 cm.

ALLEN JONES

- "Sin título" · 1965 · Litografía · 61 x 55 cm.
"Sin título" · 1965 · Litografía · 60 x 48 cm.

GERALD LAING

- "Sin título" · 1965 · Collage y seda sobre estireno.

ROY LICHTENSTEIN

- "Sweet Dreams, Baby" · 1965 · Screenprint sobre papel · 95 x 70 cm.
"Reverie" · 1965 · Screenprint sobre papel · 61 x 55 cm.

PETER PHILLIPS

- "Custom Print #1" · 1965 · Screenprint sobre lámina de plata bruñida · 101 x 51 cm.
"Custom Print #2" · 1965 · Screenprint sobre lámina de plata bruñida · 61 x 51 cm.

LARRY RIVERS

- "Stencil Camel" · 1967 · Técnica mixta sobre papel.

JAMES ROSENQUIST

- "Circles of Confusion" · 1965 · Screenprint sobre papel · 61 x 51 cm.
"For love" · 1965 · Screenprint sobre papel · 89 x 68 cm.

JOHN WESLEY

- "Bird Lady" · 1965 · Screenprint sobre papel · 61 x 51 cm.
"Dream of Unicorns" · 1965 · Screenprint sobre papel · 73 x 97 cm.

TOM WESSELMANN

- "Cut-Out Nude" · 1965 · Screenprint sobre papel · 61 x 51 cm.
"Nude" · 1965 · Screenprint sobre papel · 60 x 74 cm.

CANCELA DELIA - MESEJEAN PABLO

- "Muñeca y Nubes" · 1965 · Esmalte sobre hardboard · 112 x 76 cm.

GIMENEZ EDGARDO

- "El mueble de los gatos" · 1966 · Madera tallada y pintada · 230 x 190 x 52 cm.

MINUJIN MARTA

- "Mi mundial" · 1977 · Pintura sobre tela · 130 x 130 cm.
"La mano" · 1964 · Tela y pintura fluorescente · 53.5 x 44.5 cm.
"Erotic in Technicolor" · 1965 · Colchones, pintura · 150 x 87 x 54 cm.

PUZZOVIO DALILA

- "Dalila" · 1966 · Poster panel · Técnica mixta · 223 x 363 x 80 cm.

RODRIGUEZ ARIAS ALFREDO

- "Dos Cabezas de Pájaros" · 1962 · Papel mache y cartón pintado · 110 x 80 x 40 cm.
Colección Teresa y Clorindo Testa.
"Cabeza" · 1962 · Cerámica pintada · 30 x 5 x 25 cm. · Colección Teresa y Clorindo Testa.

STOPANI JUAN

- "Astronauta" · 1962 · Papel mache · 190 x 70 x 30 cm. Colección particular



Bodega Suter

SAN RAFAEL, MENDOZA

**FUNDACION
FEDERICO JORGE
K L E M M**

Marcelo T. de Alvear 626
(1058) Buenos Aires
Tel.: 541-311 2527 / 312 2058