

## Pop art

### EL ARTE POP

Es el retorno de las imágenes figurativas en las sociedades más desarrolladas del capitalismo tardío, como las del mundo anglosajón (Inglaterra y Estados Unidos), emergió más vinculado a la moderna cultura de masas, a la cultura de los *mass media*, que al concepto de tradición pictórica o estilística, en este caso, la informalista.

El primer movimiento figurativo que se opuso a las maneras informalistas fue el pop-art, el arte de la imagen popular que, primero en Inglaterra (Independent Group), y después en Estados Unidos, fue el primer movimiento en redescubrir el universo cotidiano en los aspectos más banales de la moderna sociedad industrial y de consumo.

Este redescubrimiento del entorno vital, que trajo consigo la implantación de una nueva temática, hasta entonces ajena al arte (publicidad, ilustraciones, revistas, cómics, ropas, artículos de consumo, estaciones de servicio, alimentos), no fue privilegio exclusivo de las artes. Lucy Lippard sostiene que para que se produjera este proceso fue necesaria una reflexión desde la filosofía y desde ciertas áreas del pensamiento. Así, por ejemplo, en la obra de filósofos como Husserl, en la que se desarrolla su concepto de "mundo vital", Heidegger, que expresa su teoría del universo cotidiano en su libro *El ser y el tiempo* (1927), y Wittgenstein con su proposición del arte como forma de vida, o en la de literatos como Turgenev o James Joyce (*Ulises*), ya se apreciaba una vuelta hacia lo cotidiano que, aunque no ejerció una influencia inmediata sobre la nueva generación de artistas pop, sí en cambio ayudó a expresar un nuevo estado de cosas que propició la eclosión de una obra de arte orientada hacia el mundo vital.

### EL POP AMERICANO

Aunque cronológicamente el pop inglés antecedente 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. El crítico de Art News, Swenson, escribió el primer artículo favorable a estos pintores, a los que denominaban pintores de enseñanzas. Casi al mismo tiempo, importantes revistas, como Time, Life o News Week, dedicaron algunos ensayos al nuevo escándalo artístico. Además, aunque hay que decir que el pop-art fue reconocido antes por el gran público y las revistas de amplia tirada que por los críticos especialistas o los museos de arte contemporáneo, algunas de las principales galerías neoyorquinas –Green y Leo Castelli– empezaron a apostar por la nueva generación de artistas que lo representaban: Wesselmann, Oldenburg, Segal y Warhol, entre otros.

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 –desde el Ash Can School a los Pintores de la Escena Americana, pasando por la figura paradigmática de Edward Hopper–, 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 tanto, una nueva forma de arte neodada. Ese resurgimiento del espíritu dada también se dio en otros ámbitos de la cultura, como el musical, con la figura pionera de John Cage, cuyo pensamiento, derivado de dadá y del budismo zen, contribuyó mucho a formar la sensibilidad de jóvenes pintores y compositores, a hacerles interesarse por la vida que les rodeaba, por la vida de cada día.

Los propios artistas no siempre se ponían de acuerdo en la relación pop-dada. Así, mientras Rauschenberg, por ejemplo, decía de la *Rueda de bicicleta* de Duchamp que se trata de una de las esculturas más bellas que

ha visto, Dine o Wesselmann afirmaban su apartamiento del dada. En realidad, la mayoría de artistas pop-art nunca renegaron del arte como lo hizo el movimiento dada, ni tenían nada que ver con el nihilismo dadaísta. Algunos dadaístas, como H. Richter, R. Hausmann o el propio Duchamp, han negado esta relación pop-dada. Algo elocuentes son las palabras pronunciadas por Duchamp en 1962: "En el neodada emplean los ready-made para descubrir en ellos valor estético. Yo les lancé a la cara botellas y el orinal como una provocación y ahora los admiran como algo bello".

Si Duchamp, pros y contras incluidos, puede considerarse el precursor de la primera época pop, a Léger se le considera como el antecesor de la segunda etapa, la neoyorquina, la más racional, clásica y limpia. De Léger interesó tanto su vertiente plástico-social, el hacer del color el instrumento básico para modificar la ciudad, la calle, como su tratamiento del objeto. Al contrario que sus contemporáneos, Léger aisló el objeto, lo trató como un elemento activo al margen de toda atmósfera, lo acercó a la imagen publicitaria e incluso a la cinematográfica, en la que se valió de los primeros planos. Lichtenstein es uno de los artistas que más cerca está de este objeto promovido al rango de "absoluto figurativo" implícito en la obra de Léger.

Aparte de las innovaciones lingüístico-formales, el arte pop se distingue de otros realismos precisamente por los repertorios iconográficos y por las temáticas relacionadas directamente con los modos de vida de la sociedad de masas y de consumo. La propaganda, el sexo, los objetos prefabricados de las sociedades industriales enmascaran unas imágenes que, más allá de su papel de representación, funcionan a la manera de símbolos.

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, el denominado *American way of life*.

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 recuso del dibujo nítido y la utilización del gran formato son otras tantas características del pop-art americano, a las que tendríamos que añadir la de despersonalización, aspecto en el que el pop ha manifestado un mayor distanciamiento y rechazo con respecto a los planteamientos del expresionismo abstracto y del surrealismo.

La despersonalización y la objetividad nos apuntan otra característica del pop: la neutralidad, el acriticismo. La postura pop frente a la realidad nunca es crítica en sentido estricto. 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".

*Los pioneros del pop: Rauschenberg y Johns. La vía neodada*

Bajo la influencia de Duchamp, hacia 1955 se empieza a sentir en Estados Unidos las primeras voces disidentes del expresionismo abstracto. El distanciamiento del subjetivismo expresionista por parte de dos artistas, Robert Rauschenberg y Jasper Johns, así como el descubrimiento de un nuevo universo cotidiano y las referencias constantes al objeto, abrieron una nueva vía artística denominada New-Dada que desembocaría en el pop-art.

Una obra de 1955 de Rauschenberg, *Bed* (consistente en ropa de cama salpicada de pintura, montada y colgada en la pared), fue la carta de presentación de este nuevo tipo de arte basado en la utilización de la imagen popular y el objeto vulgar. Además, para Rauschenberg esta obra significó la creación de una nueva modalidad de soporte, la pintura combinada –combine painting–, en la que usa la pintura para integrar objetos reales. Casi paralelamente a Rauschenberg, Johns, formado también en la abstracción expresionista, crea un sistema artístico que podríamos denominar autóctono a partir de la recreación de formas pictóricas accesibles a todos –banderas norteamericanas, blancos de tiro, números tipográficos, etc.–, desprovistas de toda historicidad y cuya eficacia reside esencialmente en la intensidad plástica.

ROBERT RAUSCHENBERG (1925) llega a sus combine paintings después de un corto pero intenso periodo expresionista caracterizado por las monocromías (serie de pinturas blancas y pinturas negras). Fue la identificación espiritual con la actitud de Duchamp y con experiencias de John Cage, encaminadas a una identificación del arte con la vida, lo que le impulsa a crear sus obras revolucionarias, mezcla de pintura, de objetos reales y de imágenes fotográficas.

La nueva obra se convierte así en un lugar de reunión de los objetos de la más diversa procedencia: grabados anónimos, malas reproducciones de cuadros célebres, serigrafías que reproducen fotografías, páginas de periódicos, ilustraciones de revistas directamente relacionadas con el mundo de la publicidad o con la información cotidiana, todo ello embadurnado de pintura o de pigmento chorreado, en el más puro estilo expresionista.

Las composiciones de Rauschenberg son hasta cierto punto deudoras de los collages de Schiitters, de las composiciones de fotografías de Raoul Hausmann y de los principios compositivos cubistas, pero deben todo su vigor y su originalidad a la tesis dadaísta de buscar a través del arte una aproximación a la vida. De hecho, cada una de estas pinturas combinadas de Rauschenberg –desde su *Odalisca* hasta el *Monogram*– se justifica por la necesidad, según su creador, de utilizar la tela, el cuadro, para cerrar la brecha que siempre ha estado abierta entre el arte y la vida: "La pintura está en relación con el arte y la vida. Ni aquel ni esta pueden ser fabricados –afirmó en una ocasión Rauschenberg–. Yo intento actuar en la brecha que los separa".

Si Rauschenberg era una presentación del pop-art, JASPER JOHNS (1930) puede considerarse el iniciador de su primera etapa, especialmente a través de sus bronce pintados de 1960, que llegaron tras su serie de banderas y blancos de tiro de 1955 o la posterior de mapas de Estados Unidos y números. Con estos mínimos repertorios temáticos que, en su opinión, tenían la ventaja de ser familiares y bidimensionales, a la par que simples y visualmente impactantes, Johns convertía el cuadro mismo en un objeto, al margen de cualquier sensación ilusoria y de toda referencia o relación a lo espacial. Las pinturas resultantes anticipaban la nueva iconografía pop, pero sin renunciar a un planteamiento pictórico de factura personal, que además ofrecía unas calidades algo sugerentes por su refinamiento y sensibilidad.

Parecidos planteamientos pueden aplicarse a su obra tridimensional. La relación con la realidad que guardan sus latas de cerveza *Ballantyne* (1960) retoman el concepto duchampiano el ready-made, pero introduciendo una variable: la de su factura manual y el acabado personal (se trata de latas fundidas en bronce con los rótulos pintados a mano).

### *El pop de la Escuela de Nueva York*

Tras Rauschenberg y Johns, numerosos artistas se volcaron en la realidad cotidiana que convirtieron en la

obra de arte sin apenas elaboración plástica y sin las implicaciones expresivas y emocionales, ni la base pictórica, que aquellos imprimieron en las obras.

Roy Lichtenstein, Andy Warhol, Claes Oldenburg, Tom Wesselmann y James Rosenquist son algunos de los integrantes de esta primera generación de artistas y, aunque en su momento no gozaron del apoyo de los críticos Greenberg y Rosenberg, que reservaron sus favores para los representantes de la nueva asociación y del minimal art, se consolidaron como los renovados representantes del American painting, totalmente al margen de los ismos europeos.

Uno de los artistas más genuinamente pop es Roy Lichtenstein (1923) donde los primeros trabajos se inspiran directamente en el mundo publicitario, para proyectarse después en historietas de cómics. Por encima de sus detractores, que le acusaban de copiar su material sin apenas transformarlo, Lichtenstein se afianzó en su actitud de intelectual y antisentimental, llegando a dominar un procedimiento de trabajo consecuente en ampliar primero a gran formato los dibujos o esbozos hechos sobre el modernismo y, hecho esto, reproducir cuidadosamente el granulado del clisé original aplicándole colores planos y fríos, sólo surcados por las gruesas líneas negras del dibujo-contornista.

Lichtenstein aplica este procedimiento tanto a avisos comerciales como a reproducciones de cuadros de Cézanne y Picasso, o a tiras de cómics, estas últimas verdaderas abstracciones de historietas de romances y escenas de guerra, respuestas según Lichtenstein, a su "necesidad de hacer cosas románticas desapasionadamente.

ANDY WARHOL (1928–1987) se inició, al igual que Lichtenstein, en el mundo de la publicidad y del cómic. Pronto sin embargo, descubrió las inmensas posibilidades plásticas de las imágenes comerciales, que empieza a reproducir con toda precisión: envases de la sopa Campbell o Brillo, botellas de Coca-Cola, billetes de coches, retratos de personajes famosos, estrellas cinematográficas (Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor), cantantes como Elvis Presley y personajes anónimos envueltos en refranes callejeros, disturbios policiales y en asuntos de violencia y muerte.

Una sensación de irrealidad y de artificialidad, reflejo del modo de vida americana y mecanizado y deshumanizado, invade estas obras, realizadas a partir de 1962 por el procedimiento fotomecánico de la serigrafía (Silk screen) y basadas en otro concepto. Pero la serigrafía en manos de Warhol se transforma en un medio flexible, aplicándose con el pincel en toques de color. "Si quieres saber algo de Andy Warhol –dijo en una ocasión el pintor–, sólo mira la superficie de mis pinturas, mis películas y verás que estoy allí. No hay nada escondido." Warhol se considera a sí mismo como una máquina y más que hablar de pinturas prefiere hablar de "productos industriales": "Pienso y dijo en otra ocasión" que cualquiera podría hacer mis pinturas por mí (...). La razón por la que pinto de esta manera es porque quiero ser una máquina". De ahí que el trabajo en equipo sea fundamental en el caso de Warhol a su estudio, se llevan a cabo distintas series que Warhol únicamente supervisa y firma, sin más control que la introducción de efectos accidentales en el proceso de trabajo, o la inclusión de pinceladas de innegable autoría.

La aportación de Warhol al pop no se centra exclusivamente en su vertiente teórica. Trasladó su obsesión por la imagen comercial y popular al medio cinematográfico y al televisivo, con la creación de escenas y situaciones aparentemente elocuente al respecto, que en último término dan testimonio de la vena narcisista autocomplaciente del artista.

En el extremo opuesto a la despersonalización de Lichtenstein y Warhol hay que situar a JAMES ROSENQUIST (1933), que se sintió especialmente fascinado por la decoración industrial y, más en concreto, por la pintura de cartelera de cine. Su proceso creativo, las temáticas, la escala y el cromatismo de sus objetos quedaron así afectados por las técnicas de la pintura industrial.

Rosenquist no se limita a reproducir la propaganda de las películas en los cines, sino que en cada una de sus

obras crea una verdadera metáfora visual a partir de la combinación de imágenes fragmentadas, con las que quiere reflejar la experiencia visual, también fragmentada, "del ciudadano mientras camina por las calles bulliciosas con carteles y edificios"

La aportación de TOM WESSELMANN (1931) al pop no se produce hasta 1960, momento en que abandona su pintura, derivada del cómic, para introducirse en los soportes mixtos (pintura, collage objetual y fotográfico), con una nueva temática centrada en el desnudo y en la naturaleza muerta y siempre dentro de un gran formato. Un cromatismo brillante y un acabado impersonal caracterizan a sus naturalezas muertas, vinculadas a una publicidad cercana a la temática doméstica –alimentos, bebidas, cigarrillos y otros objetos de consumo.–

Representativa de la obra de Wesselmann en su serie *The Great American Nude* (El gran desnudo americano), realizada hasta 1968, en la que pudo en evidencia el papel desempeñado por lo erótico y sexual dentro del arte pop.

Características comunes de sus desnudos, "monumentalización erótica de diversas partes sexuales", son su frialdad, su falta de pasión y su neutralidad. Nada hay de obsceno en estas obras; la mujer como objeto sexual se ve integrada como algo abstracto; la sexualidad se ha convertido en una institución higiénica, clínica: todo está codificado, estetizado.

Dentro del pop, el sector más comprometido y menos impersonal lo representan dos artistas: Claes Oldenburg y Jim Dine. JIM DINE (1935) conserva, al igual que Rauschenberg y Johns, la huella del expresionismo abstracto y un gusto por el objeto banal, que introduce en sus pinturas combinadas en forma de vestidos o utensilios de la vivienda, pero nunca como elemento plástico, sino como presencias autónomas.

CLAES OLDENBURG (1929) refleja en su obra la profunda fascinación que la ciudad, Nueva York, ejerce sobre él. Su experiencia de la ciudad se traduce en varias de sus composiciones: *La calle* (1959), objetos urbanos hechos con materiales pobres y frágiles, y *La tienda 1* (1961) y *La tienda 2* (1962), con alimentos y ropas de yeso pintado, la primera, y con esculturas blandas y maleables la segunda, en las que, aparte de un nuevo tipo de materiales –soft (blando) –, muestra su interés por los objetos reproducidos a escala diferente de la que le corresponde. Su *Giant hamburger* (2,5m de alto y más de 1,5 de espesor) podía ser metamorfoseada y cambiar de aspecto en las distintas instalaciones. En esta línea realizada lo que él llama sus monumentos, versiones a gran escala de objetos cotidianos y urbanos.

Entre las figuras del arte pop neoyorquino también destacaron ROBERT INDIANA (1928) y ALLAN D'ARCANGELO (1930), con una contribución a medio camino entre el pop y el arte óptico. Robert Indiana se vale de un lenguaje ideográfico que juega con la parte icónica de las palabras. El carácter impersonal e inexpresivo de Indiana es también compartido por D'Arcangelo, que en sus obras se centra en un único tema: la autopista americana vista con la perspectiva del *zoom*.

La mayoría de los artistas pop, además de la pintura, realizaron *environments* (Oldenburg, Wesselmann) y *happenings*. Pocos de ellos se dedicaron a la escultura a excepción de GEORGES SEGAL (1924), que en sus esculturas ambientales, sin lirismo ni romanticismo, inmortaliza personajes y situaciones cotidianas. Segal construye sus imágenes humanas por medio de moldes de yeso, hechos a partir de modelos reales captados en distintas situaciones cotidianas.

### *El pop de la Costa Oeste: la Escuela del Pacífico*

Aunque más tarde que en Nueva York, el arte pop encuentra en la Costa Oeste un vital centro de expansión, Los Angeles, cuyas tradiciones, folclore, paisaje urbano y modo de vida dirán un toque exótico y original a las obras de Billy Al Bengston, Ed Rucha, Wayne Thiebaud y Mel Ramos.

BILLY AL BENGSTON (1935) ejecuta con alta precisión y conseguidos efectos metálicos sus pinturas, centradas en el mundo de las motocicletas y, en particular, de las insignias y placas de moto, que trata como objetos heráldicos. El mundo del *customizing* (artículos de consumo usados y reelaborados) preside también en trabajo. ED RUSCHA (1937), que ya a partir de 1960 realiza sus series de cajas (Box), en que las letras y las palabras, junto a las imágenes comerciales, se convierten en lo esencial de la obra. A partir de la década de los sesenta, las palabras, dispuestas de modo que parecen flotar sobre los fondos, brillantes e irreales, tal como que patente en la obra de Hollywood, y los garajes se convierten en protagonistas abstractos de sus pinturas. La frialdad, objetividad e inexpressividad de estas piezas muestras a Ruscha como directo continuador de la línea emprendida en Nueva York de Andy Warhol.

Los pasteles, los dulces, las tartas y los helados, presentados frontalmente en ocasiones formando series a partir de un modelo único, constituyen la temática de WAYNE THIEBAUD (1920), que renuncia a la despersonalización de la mayoría de artistas pop para deleitarse en una pintura gruesa, de matices brillantes y elaborados empastes pictóricos, que utiliza no tanto para mostrar ilusoriamente elementos sino para imitar y recrear texturas y colores.

La contribución de MEL RAMOS (1935) al pop se centra, tras su inicial vínculo en el mundo del cómic y de la historieta, en la representación de figuras femeninas y desnudos de muchachas pin-up, en situaciones sexuales en las que representan formas sudofálicas (botellas de Coca-Cola, cigarrillos), como animales (gorilas, pelícanos), en una clara ilusión a la pornografía ingeniosa y a la refinada versión. Su obra no incide tanto en el consumo del sexo como en su publicidad.

## EL ARTE POP EN EUROPA

La contribución de Europa al pop-art es bastante limitada. Si exceptuamos el caso pop inglés, que incluso se adelantó cronológicamente al americano –fue hacia cuando el crítico Lawrence Alloway empleó por primera vez el término, para las investigaciones de los jóvenes artistas en torno al Independent Group, el pop europeo quedó limitado a casos aislados como los de M. Pistoletto, M. Schifano, en Italia y G. Richier en Alemania.

### *El pop inglés*

El papel precursor del arte pop inglés se concreta en el Independent Group (Grupo Independiente) del Instituto de Artes Contemporáneas de Londres. Reuniendo a artistas, críticos y arquitectos, y en dos exposiciones, "Paralelo entre el arte y la vida" (1953) y "This is tomorrow" (1956). La primera, organizada por uno de los primeros animadores del pop inglés, Paolozzi, ponía en evidencia un mundo en el que la vida y el arte se asociaban naturalmente, al margen de todo comentario apostilla. Dicha exposición, que reunió pinturas, estudios de movimiento, radiografías, documentos antropológicos, fotos deformadas (aéreas, de accidentes, de microscopio), piezas que tanto podían colgarse de la pared como suspenderse del techo y desparramarse por el suelo, fue la primera en presentar al público imágenes populares, liberadas de toda connotación artística tradicional.

El IG fue el responsable de la segunda exposición, "This is tomorrow" (Esto es mañana), que se presentó en la Whitechapel Art Gallery en 1956. Fue una muestra bastante mediocre, cuyo principal interés, aparte de su propuesta de integrar distintas artes visuales (cine publicitario, cómics, etc...), residió en la participación de Richard Hamilton, y, en concreto, en la exhibición, a modo de póster de la exposición, de un collage titulado *Just what is it that makes today is homes so different, so appealing?* (Exactamente, ¿qué es lo que hace a los hogares de hoy diferentes, tan atractivos?), un verdadero inventario de imágenes 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 (1922) fue el primer artista inglés que se separó por completo del expresionismo y del academicismo abstracto, por considerarlos vacíos de significados. En su condición de pintor y diseñador

que no dejó de admirar a Duchamp, Hamilton mantiene una relación ambigua con la estricta ortodoxia del pop. Por un lado conserva la objetividad de las imágenes populares, pero las presenta con una precisión y perfección formal que le vinculan estrechamente, en una experiencia única en el pop inglés, con la fría despersonalización de las producciones americanas.

Hamilton aúna en su figura la teoría y la praxis, ya que cada una de sus obras, pocas por otra parte, puede considerarse fruto de un alambicado proceso conceptual. Ya en 1957 definió las cualidades que para él debía poseer toda obra artística: ser popular, pasajera, de bajo coste, producida en masa, joven, ingeniosa, sexy, evasiva y atrayente; cualidades que aparecen como claves de su temática, centrada en los objetos de consumo, con un particular énfasis en el automóvil.

El resto de los artistas británicos de la generación se separan un tanto de su fría despersonalización y del arte de orientación tecnológica y de producción en serie de Hamilton. Tal es el caso de PETER BLAKE (1932), que une la imagen popular con el respeto a la tradición de la gran pintura, todo ello mezclado con una vena irónica y una nostalgia impropia de pop ortodoxo. La fuente de inspiración del arte de Blake se enraíza en aspectos de la tradición pictórica inglesa del siglo XIX; rasgos del prerrafaelismo y del arte victoriano aparecen junto a imágenes contemporáneas y de algún modo relacionadas con su propia biografía, tanto si se trata de imágenes circenses, de lucha libre o de striptease, como de cómics o de mitos del mundo de la música, todo ello camuflado en una velada exaltación nacionalista.

La segunda fase del pop británico aglutinó a un grupo de artistas –David Hockney, Allen Jones, Derek Boshier, Peter Phillips, Patrick Caulfield y Richard Smith–, estudiantes del Royal College of Art y con una cierta relación con el arte de Hamilton y Blake, e incluso del artista neofigurativo Ronald B. Kitaj.

En su serie de pinturas de marcas de cigarrillos, RICHARD SMITH (1931), que realizó una gran parte de su trabajo en Norteamérica, inicia una nueva modalidad artística, la del cuadro–objeto, cuadro tridimensional que tiene paralelismos con la pintura comercial y publicitaria. Los soportes que Richard Smith utiliza a partir de 1967, y que derivan de sus iniciales trabajos sobre envases, hay que considerarlos como auténticos relieves; con ellos, Smith, quizá influido por el trabajo de los artistas norteamericanos de la nueva abstracción, pretende conseguir la tercera dimensión en la pintura, sin renunciar, no obstante, a su esencia de medio bidimensional. Su obra más significativa en esta línea, Gift wrap (1963), consiste en un marco rectangular de madera del que sobresalen dos gigantescos cartones de cigarrillos, realizados según las técnicas de la pintura comercial.

La búsqueda de la unidad entre el objeto y su representación preside las preocupaciones artísticas de R. Smith, que, además de los relieves, trabajó piezas de bulto redondo, con las que también establecía un diálogo y una confrontación con las paredes de los espacios expositivos, tratados como fondo o último plano. El arte de Smith, que utiliza el arte comercial como base de su obra –se trataba de crear pinturas que compartieran la escala, el color y la textura con los objetos a los que aludían–, aunque sin magisterio directo sobre ninguno de los artistas pop ingleses de la segunda generación, sí aporta un nuevo sentido de escala totalmente alejado del de Hamilton o Peter Blake.

DAVID HOCKEY (1937) llega al pop tras recibir el impacto del arte de Bacon y de Dubuffet, en especial de su técnica de los graffiti, que incorpora en sus dibujos, pero también atraído por las maneras del norteamericano Ronald B. Kitaj, que cuando llega a Londres en 1957 para integrarse en el Royal College of Art dispone de información de primerísima mano sobre las tendencias del otro lado del Atlántico. La pintura de Kitaj, dotada de una aguda vena narrativa e irónica, con frecuentes referencias literarias y constantes alusiones a los temas de publicidad de las revistas, causó un fuerte impacto en Hockney, Jones y Boshier. Las imágenes de Hockney muestran un toque irónico que incide en el supuesto bienestar del ciudadano medio y de la sociedad burguesa contemporánea. En ellas gusta de combinar elementos abstractos con imágenes figurativas de temática claramente autobiográfica y con ciertas connotaciones sexuales. De modo parecido a lo sucedido con Andy Warhol en América, David Hockney se ha convertido en la estrella del pop británico, a pesar de que casi todo su trabajo se ha desarrollado en Estados Unidos, concretamente en California, cuyos

paisajes, tanto urbanos como domésticos – piscinas, casas estilo rancho, etc. – se han convertido en imágenes emblemáticas de su obra.

ALLEN JONES (1937) aporta al pop un estilo entre pictórico y lineal (figurativo y abstracto), guiado por una temática erótica (parejas, hermafroditas, muchachas pin-up), en los últimos años abiertamente sexual, tal como patente en sus esculturas montaje de la serie de mobiliario erótico (Girl table). En su faceta de pintor, Jones puede considerarse, por su especial dominio del color, como el más "pictórico" de los pop ingleses.

Si bien DEREK BOSHIER (1937) y ANTHONY DONALDSON (1939) se mantienen apegados a un enfoque pictórico semiabstracto a partir de imágenes directas y rotundas, que con el tiempo se hacen cada vez más abstractas, PATRICK CAULFIELD se vale de un estilo gráfico, muy próximo al de Roy Lichtenstein, y como él enfrenta estructuras formalmente abstractas con temáticas familiares y reconocibles, propias de una estricta figuración pop. Por su parte, PETER PHILLIPS (1939) busca una difícil síntesis entre la imaginería popular y un registro barroco no exento de fantasía.

Caso aparte es el del artista EDUARDO PAOLOZZI (1924), figura clave para el afianzamiento del pop en el Reino Unido en los años cincuenta. Tras su inicial acercamiento a la obra de Dubuffet y a su "brutalismo", a finales de los años cuarenta Paolozzi trabaja, bajo la forma de assemblages, imágenes totémicas de la sociedad mecanicista. Sus posteriores esculturas-máquina, realizadas por procedimientos industriales – se hacen concretamente en un centro de ingeniería –, establecen una especial ambivalencia entre la iconografía pop y los procedimientos minimalistas e incluso del nuevo realismo.

De esporádica puede calificarse la aportación al pop inglés de JOE TILSON (1928), pintor y escultor que trabaja básicamente en composiciones en relieve, realizadas con la técnica del collage. Sus obras, en madera pintada, se inspiran en el escenario de la gran ciudad, en la publicidad comercial y en la sociedad consumista de los mass media, que reflejan no sin cierta ambigüedad.

### *El arte pop en la Europa continental*

A pesar de que el pop-art en Europa puede considerarse un fenómeno anglosajón, en Italia, Francia, Alemania y España encontramos también producciones artísticas que utilizan la imaginería de la nueva sociedad de masas, aunque siempre en función de sus respectivos rasgos culturales y su tradición plástica.

La contribución del arte italiano al pop se centra en unas pocas figuras: Enrico Baj, Michelangelo Pistoletto y, aunque menos conocidos, Titina Maselli, Fieschi y Giuseppe Romagnoni. Tras su participación en el Movimiento Nuclear, ENRICO BAJ presenta un sus collages imágenes polimatéricas (medallas, espejos rotos, pasamanería) identificables con personajes robot, con los que intenta denunciar la degeneración derivada del consumo de masas. MICHELANGELO PISTOLETTO (1933) mantiene en sus obras un intenso diálogo con el espectador, que penetra "dentro" del cuadro al reflejarse sobre sus láminas de acero inoxidable. De este modo introduce la presencia efectiva de vida real en la obra de arte. El espacio, el movimiento y el tiempo se convierten en protagonistas de la nueva obra, que por vez primera deja de considerarse soporte de una idea para serlo de una acción. Una gran diversidad de temas y situaciones, extraídas en su mayoría de la vida cotidiana, invaden sus espejos y acaban creando nuevos ambientes en un juego ambiguo de ficción y realidad.

Por su lado, PETER STÄMPFLI (1937) aporta al pop una nueva interpretación de las imágenes extraídas del mundo de la publicidad. De modo parecido a Wesselmann, Stämpfli hace de cada obra una prolongación de la realidad, que congela gracias al medio fotográfico. Stämpfli juega a descontextualizar elementos de la realidad y a presentarlos de forma abstracta, al margen de toda anécdota. Sus macrovisiones de cigarrillos, ruedas de coches o bocas femeninas, aluden en último término a situaciones simbólicas, más allá de la banalidad que les sirve de soporte.

El arte pop alemán tiene una buena representación en las figuras de PETER KLASSEN (1935) y de WINFRED



GAUL (1928). Klasen se distingue por la claridad en la composición y por la incorporación de objetos en la tela pintada, en la que invariablemente son protagonistas los desnudos femeninos, que dejan entrever un erotismo a la vez agresivo y sutil; todo ello servido por un cromatismo reducido a lo esencial, generalmente una confrontación rojo–negro.

En Francia es difícil encontrar representantes ortodoxos del pop. La irrupción del nuevo realismo aglutinó experiencias paralelas al fenómeno pop. Si Martial Raysse o Alain Jacquet pueden considerarse figuras a caballo entre el nuevo realismo y el pop, BERNARD RANCILLAC y HERVÉ TÉLÉMAQUE, el primero con sus pinturas de bandas dibujadas que incluyen imágenes fotográficas, y el segundo con sus grandes cuadros que incorporan objetos, aportan un realismo decididamente pop.

En España, el arraigo de las maneras informalistas y neofigurativos dificultó la difusión de la estética pop. Además, la realidad sociopolítica y cultural de la época no era la más adecuada para dar cabida a un tipo de arte tan ligado al mundo de los mass media y la sociedad de consumo. Por otro lado, las técnicas basadas en la objetividad y la despersonalización, propias del pop, encontraron escaso eco entre una clase artística valorada de la subjetividad y de lo irracional y emocional.

Los artistas pop españoles empezaron utilizando con timidez un "realismo del objeto" que, comparado con el realismo americano, resultaba "poco efusivo, ecléctico e inclinado hacia soluciones elegantes". Han sido dos artistas que han trabajado mucho tiempo fuera de España, CARLOS SANSEGUNDO (1930) y ANOTIO XIMENES (1934) –este último residente en Italia–, los que han practicado un pop más ortodoxo. La mayoría han tratado de sintetizar soluciones neofigurativas e incluso informalista con las maneras del pop, tal como se pone de manifiesto en RICARDO L. SANTAMARÍA, y ARMAND CARDONA TORRANDELL. Por su parte, ANZO, ÁNGEL ORCAJO, EDUARDO ÚRCULO, ALFREDO ALCAÍN Y EDUARDO ARROYO resumen las más genuinas aportaciones del arte español al fenómeno del pop internacional. Caso aparte es la actividad de ciertos grupos de trabajo, como el Equipo Crónica o el Equipo Realidad, cuya producción supera la estricta ortodoxia pop y se inscribe en un concepto más global de realismo.

Todo esto nos va dar paso al Nuevo Realismo que la contrapartida europea al pop americano o también llamada *nouveau réalisme*. Considerando el pop como la respuesta anglosajona al expresionismo abstracto, el nuevo realismo, que se genera en París bajo el liderazgo del crítico Pierre Restany, es la alternativa europea ante el agotamiento de la práctica informalista.