

Todos nuestros catálogos de arte
All our art catalogues
desde/since 1973

ANDY WARHOL COCHES

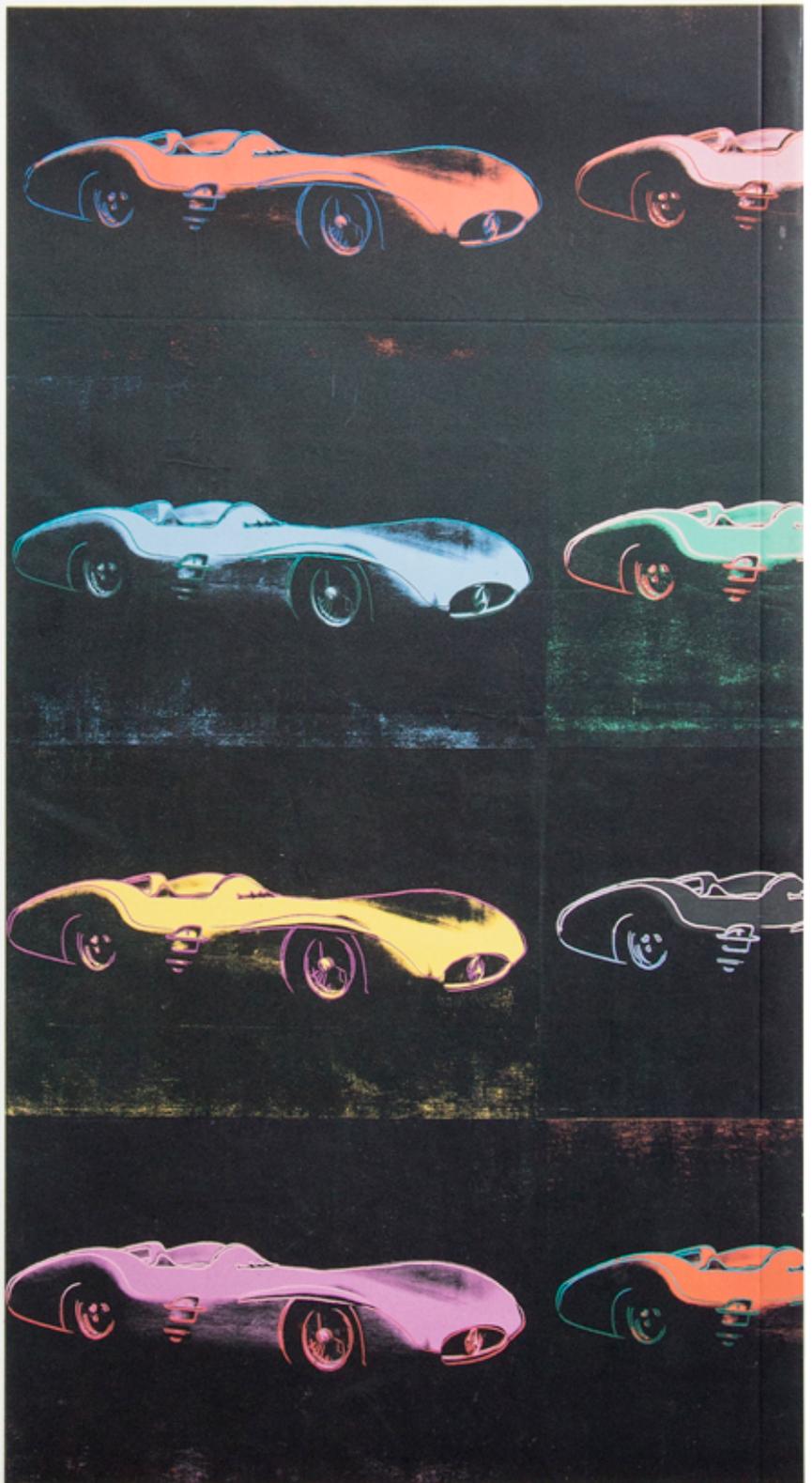
1990

El uso de esta base de datos de catálogos de exposiciones de la Fundación Juan March comporta la aceptación de los derechos de los autores de los textos y de los titulares de copyrights. Los usuarios pueden descargar e imprimir gratuitamente los textos de los catálogos incluidos en esta base de datos exclusivamente para su uso en la investigación académica y la enseñanza y citando su procedencia y a sus autores.

Use of the Fundación Juan March database of digitized exhibition catalogues signifies the user's recognition of the rights of individual authors and/or other copyright holders. Users may download and/or print a free copy of any essay solely for academic research and teaching purposes, accompanied by the proper citation of sources and authors.

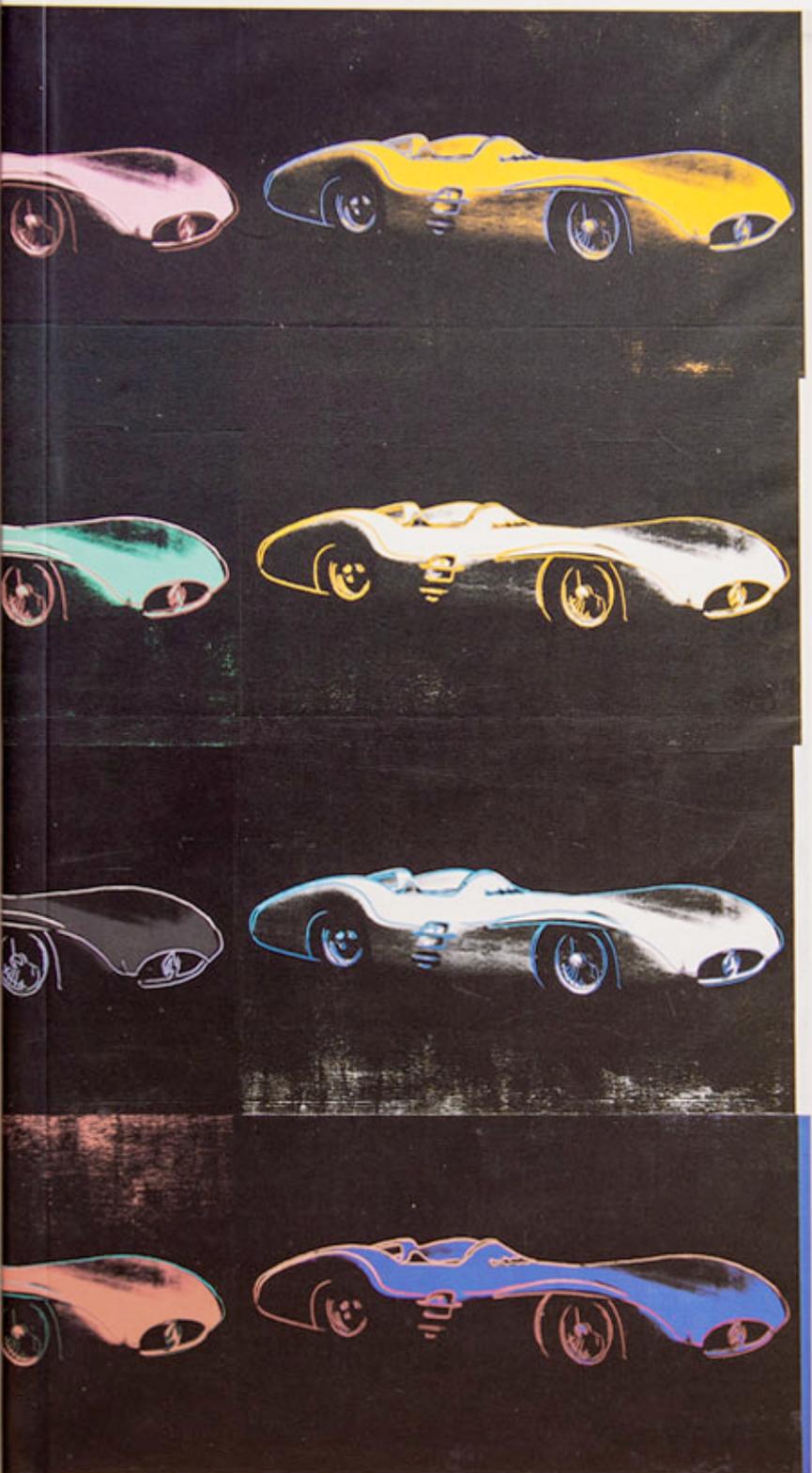


FUNDACIÓN JUAN MARCH
www.march.es



Fundación Juan March
Castelló, 77 28006 Madrid

ANDY WARHOL COACHES



A N D Y W A R H O L

C O C H E S

A N D Y W A R H O L
C O C H E S

1964-1965

Fundación Juan March

A N D Y W A R H O L

C O C H E S

T E X T O D E W E R N E R S P I E S

5 de Octubre 1990 - 5 de Enero 1991

Fundación Juan March

LOS CUADROS DE ESTA EXPOSICION PERTENECEN A LA COLECCION
DAIMLERBENZ (Stuttgart: RFA)

© Fundación Juan March, 1990
Textos: Werner Spies y Cristoph Becker.
Traducción: Antonio de Zubiaurre (Texto de W. Spies).
TISSA (Texto de C. Becker).
Diseño catálogo: Jordi Teixidor.
Fotografías: Gotz Adriani, Pavel Janousek, Christopher Makos,
Duane Michals, Harry Shunk.
Fotomecánica: Verlag Gerd Hatje, Stuttgart.
Fotocomposición e impresión: Gráficas Jomagar. Móstoles
(Madrid).
Depósito Legal: M. 29.028-1990.
ISBN: 84-7075-408-4.

Cubierta: N.º 29

La presente exposición está compuesta por la última «serie» que realizó Andy Warhol, desde el año 1986 hasta pocas semanas antes de su muerte.

La serie, que fue encargada a Warhol por Daimler-Benz, está dedicada a los automóviles con motivo del centenario de su historia (1886-1986), y quedó inconclusa por fallecimiento del artista en febrero de 1987.

Con esta exposición la Fundación Juan March amplía el panorama que del arte norteamericano ha venido ofreciendo desde que en 1977 presentara una exposición de Arte USA, seguida de otras sobre Willem de Kooning (1978), Robert Motherwell (1980), Minimal Art (1981), Mirrors and Windows: Fotografía norteamericana desde 1960 (1981), Roy Lichtenstein (1983), Joseph Cornell (1984), Robert Rauschenberg (1985), Irving Penn (1987), Colección Leo Castelli (1988) y Edward Hopper (1989).

La Fundación Juan March agradece a Daimler-Benz el préstamo de esta exposición y su generosa cooperación para presentarla primero en Madrid y posteriormente en el Palau de la Virreina del Ayuntamiento de Barcelona. Extendemos nuestro agradecimiento al señor Edzard Reuter, Presidente de Daimler-Benz, y al señor Hans J. Baumgart, Director del Patrimonio Artístico de la empresa. Al profesor e historiador de Arte Werner Spies debemos la concepción de esta exposición, así como el ensayo que figura en este catálogo. Asimismo agradecemos la colaboración del doctor Gotz Adriani, Director de la Kunsthalle de Tübingen; del Doctor Hans Cristoph von Tavel, director del Kunstmuseum de Berna, y de la Galería Hans Meyer de Düsseldorf.

A todos, nuestro reconocimiento.

Madrid, octubre 1990

I N D I C E

	<u>Pág.</u>
CRÍTICA DE LA FALTA DE EMOCIÓN Ensayo de Werner Spies	9
COCHES	45
BIOGRAFÍA/MEMORIAS, Texto de Christoph Becker	97
CATÁLOGO DE OBRAS	115

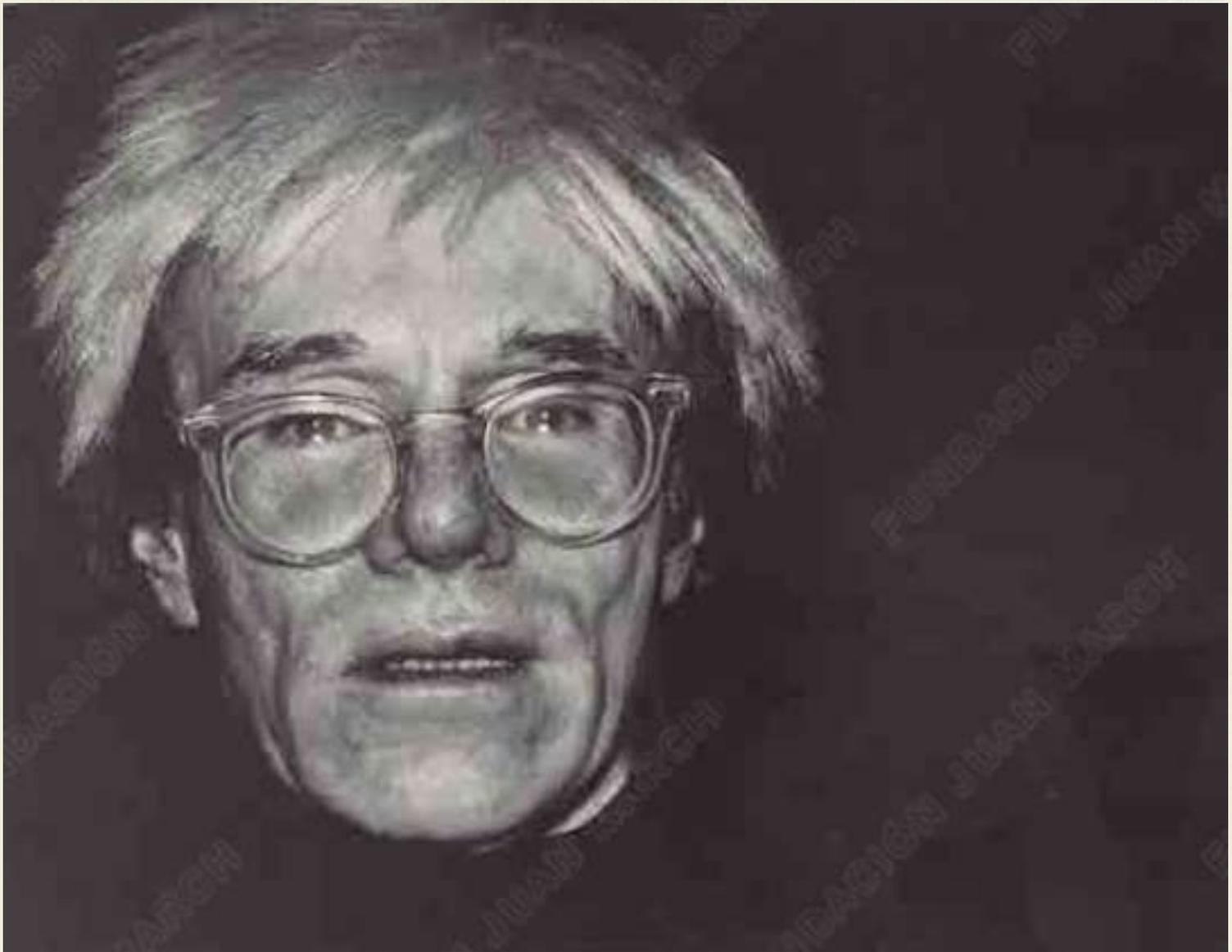
El fomento del arte en las empresas puede generar, a veces, ciertos malentendidos fácilmente confundibles como «caprichos» al servicio de una imagen empresarial, lo que puede significar un evidente abuso sobre los artistas. No fue éste el caso de Warhol: aquí, la historia fue mucho más sencilla.

Hace algún tiempo, en una reunión entre la empresa y una personalidad del mundo de las artes, surgió la idea de proponerle a Andy Warhol el proyecto de desarrollar, en una exposición, la evolución del automóvil, desde la primera carroza con motor a la limousine más moderna, tomando como ejemplo al más antiguo productor de automóviles.

Todo ello suponía, sin duda, un evidente compromiso entre empresa y arte, pero siempre dependiendo de la iniciativa personal, sin tener en cuenta complicados procesos burocráticos, con el fin de salvaguardar, además de las cualidades del artista, su carácter personal, lo que es imprescindible. Siempre con el riesgo de caer bajo el hacha que sólo admite su propio concepto del arte, o su clientela, como escala de valores.

Quien se ocupe de la producción artística en una empresa tiene que saber elegir, y la casa Daimler-Benz apuesta siempre por la progresividad, la medida y el equilibrio de las formas, la belleza (presente y, sin embargo, distante), la simpatía y el buen gusto, evitando interpretar, en la medida de lo posible, las obras de arte con un simbolismo rebuscado y sobrecargado, si bien permitiéndose una pequeña búsqueda de todo aquello que pueda serle familiar. En este sentido, *Coches* es un caso afortunado –aunque raro– que tal vez pueda influir para que se produzcan otros hechos similares, bajo la premisa siempre necesaria de la búsqueda en el entorno cultural y su comunicación con el mismo. Es aquí donde se cierra el círculo: para ello se necesitan individuos que hagan suyos los fines de la empresa, lo que justifica una cierta subjetividad inherente a toda rúbrica.

Edzard Reuter
Presidente de DAIMLER-BENZ



Warhol, enero 1987.

CRÍTICA DE LA FALTA DE EMOCIÓN

El proyecto: Cien años de historia del automóvil

Coches (Cars) son los últimos trabajos de Andy Warhol, que ahora se presentan en esta exposición. La muerte interrumpió aquella extensa serie de doce dibujos de gran formato y treinta y cinco cuadros (serigrafía, acrílico sobre lienzo) mostrando doscientas treinta veces el tema «automóvil». El proyecto —cien años de historia del automóvil ante el ejemplo de los coches Daimler-Benz— debería haber ido todavía bastante más allá de lo que llegó a conseguir. Sus imágenes nos brindan la ocasión de exponer algunas reflexiones e interpretaciones acerca de la obra de Andy Warhol. Al hacerlo habremos de recordar el desarrollo de la producción completa del autor, su entorno, sus fases más importantes. El nuevo tema que este ciclo presenta y la gran abundancia de sus variaciones invitan a esbozar los mecanismos de la técnica y la elección de la imagen efectuada por el artista y, finalmente, su actitud ante la época y el encargo recibido.

El significado como ausencia de significado

Existe mucha bibliografía acerca de Warhol, y existe, sobre todo, la bibliografía del propio Warhol. Sus entrevistas, sus libros, como *POPism*, como *The Philosophy of Andy Warhol*, son excelentes tomas de posición frente a la época y frente a su mismo arte. El espectador europeo encuentra aquí mayores dificultades que el estadounidense contemporáneo, porque aquél intenta con más fuerza que éste sustraer a su tiempo los gestos y las obras de Warhol. ¿Admite con ello que, en realidad, no puede ser un contemporáneo de Andy Warhol? La renuncia a la interpretación, la aceptación de una facticidad que subleva tanto porque la pregunta por el esclarecimiento, por la ilustración, hace retroceder el vitalismo de la experiencia momentánea; todo esto seduce como una utopía en la que el europeo difícilmente puede entrar. Desde cada renglón anotado por Warhol habla el significado como ausencia de significado, y esto desconcierta más que las obras de todos aquellos que tratan de comunicar mensajes exactos. Ello tiene también validez en el parangón con otros artistas incluidos entre los cultivadores del «pop». La obra de Warhol no es nunca tan distanciada ni tan intelectual como la de Lichtenstein. Sus mejores cuadros presentan menos crítica e ironía que entusiasmo y embriaguez. Si fuera músico, habría compuesto sólo para las teclas negras.

Peter Schjeldahl ofreció una apropiada definición de esa estructura de personalidad tan desconcertante: «Sin ser burgués en momento alguno, Warhol se alzó desde abajo hasta la punta de la manada sin atravesar el centro: de ahí su condición de criatura ajena, extraña, que parece la de un ángel o la de un marciano. Con su vulgaridad completa e intacta, se lanzó a los refinamientos del lujo» (1).

En sus últimas obras, Andy Warhol bosquejó un variopinto mundo lúdico. Lo hizo con certeza, no como «fan» o como conocedor de bellos coches. Todo le predestina a mantener una distancia respecto del tema. Tomemos tan sólo una cita de la época en que él —eran los años del *Easy Rider*— se hizo conducir desde la costa oriental hasta el Oeste: «Taylor estaba conforme en turnarse con Wynn en el viaje a través de los Estados Unidos; ni Gerard ni yo teníamos idea de conducir. Cuando me quedé mirando a Taylor no pude creer, de ninguna manera, que supiera conducir. Siempre me ha causado admiración la gente que sabe conducir un coche, y la que no sabe» (2).

Coches es un tema que sólo conocemos gracias al lado sombrío de la obra de Warhol, por los cuadros *Car Crash* (3). Allí encontramos automóviles en el museo de los horrores. Las imágenes más espantosas están al lado

(1) Peter Schjeldahl, «Andy Warhol». En *Art of our Time - The Saatchi Collection*. Londres, 1984, p. 28.

(2) Andy Warhol / Pat Hackett, *POPism - The Warhol Sixties (Los sesenta de Warhol)*. Nueva York, 1980, p. 35. Citado aquí como *POPism*.

(3) Cabría señalar una excepción correspondiente al año 1962: Warhol dibuja su propio coche. Parece que el dibujo se pasó a pintura sobre lienzo, pero que ésta fue destruida más tarde por el artista. Cf. John Coplans, *Andy Warhol*. Pasadena, California, 1971. Citado por Rainer Crone, *Andy Warhol - die frühen Werke 1942-1962* (A. W., *Las obras tempranas, 1942-1962*). Stuttgart, 1987, p. 79.

de una *Silla eléctrica* o junto a los cuadros de *Suicidios*. La brutalidad de los automóviles al destrozarse posee algo de apotropéyico, remitiéndonos al mundo del que Warhol no quería saber nada, el mundo de los pintores del expresionismo abstracto. A ello aludía Warhol con estas palabras: «El mundo de los expresionistas abstractos era totalmente machista... Así hubo de morir Jackson Pollock como murió, y deshacer su automóvil» (4).

El automóvil, tema del «pop art»

Evidentemente, el automóvil contaba entonces para Warhol entre los iconos del horror. ¡Qué diferencia con la libidinosa interpenetración que se opera en Hamilton entre coche, publicidad y erotismo, o con los cuadros de Rauschenberg, de Rosenquist o de Wesselmann, que citan más bien irónicamente ese mito trivial de la libertad y la independencia! El auto figura entre los grandes temas del «pop art» no sólo por estar tan presente como los demás objetos de consumo que el «pop art» introduce: para esos pintores de la vida moderna, en el automóvil y en su culto se refleja del modo más intenso la transformación a que dio lugar la era de la producción en masa. La observación de John Steinbeck en *La calle de las sardinas en lata* (de que la mayor parte de los niños fueron engendrados en el Ford T, y de que no pocos nacieron en ese coche, y de que, en virtud de ello, la idea anglosajona del hogar sufrió tal descalabro que jamás llegaría a reponerse del todo) muestra este hecho lo mismo que el impresionante *Monumento al automóvil* erigido por Chamberlain en Amarillo, Texas: diez Cadillac, de los fabricados entre 1949 y 1963, enterró Chamberlain allí, con el morro de los vehículos hacia abajo. Sólo las «popas» sobresalían: una sucesión de máscaras de la existencia que una consigna publicitaria de la firma había definido así: «La vida es un Cadillac, uno detrás de otro» (5).

Recordemos que en la década de los cincuenta y a comienzos de la de los sesenta el valor utilitario del automóvil había desaparecido casi por completo detrás de comentarios meramente sociales y estéticos. Era rara la crítica a la sociedad del automóvil; discusiones ecológicas, apenas las había. La alabanza del auto hecha por Roland Barthes en sus *Mythologies* compendió todo lo que entonces pudo entusiasmar a los futuristas ante aquella «nueva hermosura»: «Creo que el automóvil es hoy el equivalente exacto de las grandes catedrales góticas. Quiero decir con ello: una magna creación de la época, creación que fue ideada apasionadamente por artistas desconocidos y que, en su imagen, si no en el uso, es disfrutada por todo un pueblo, que con ella se adereza un objeto mágico y se lo apropia y asimila» (6).

Un producto, el automóvil, en desarrollo. Una serie de posibilidades representativas se estaba ofreciendo: el simple inventario que presentaba a todos los coches en un estilo descriptivo continuo, con variantes de color repetidas una y otra vez; el anclaje del motivo en situaciones, en paisajes, ante un trasfondo histórico; el cambio de la imagen de conjunto, y de los detalles..., tal como un año antes mostró Stephen Salmieri al automóvil en su libro de fotografías *Cadillac* (7).

La serie de Warhol es rica en variaciones, en la elección de los colores, en la selección del esquema en que se inscribe la repetición del motivo (campos cuadrados o cuadrados partidos), y, en un caso, dos vistas de un modelo alternando en el mismo cuadro; elección de material fotográfico que muestra coches desde distintos puntos de vista, mirando hacia el lado derecho o hacia el izquierdo, reproducidos en escorzo; claros tonos pastel y luego nuevamente la limitación a los colores primarios; predilección por los contrastes de colores complementarios, que despertan en la memoria la incitante, cálida, fuerza luminosa de los retratos de *Marilyn* y de los autorretratos; paradojas cromáticas que hacen del *Flecha de Plata* grageas de colorines. Y al lado de ello tropezamos con series de color en las que el fondo de la obra, y no el tono de las carrocerías, es lo que define la impresión de conjunto.

(4) *POPism*, p. 13.

(5) Citado según Reimar Zeller, «Skulpturen, Installationen und Happenings im veloziferischen Zeitalter» («Esculturas, instalaciones y happenings en la época velociférica»). En *Das Automobil in der Kunst 1886-1986* (*El automóvil en el arte, 1886-1986*), editado por Reimar Zeller. Munich, 1986, p. 56.

(6) Roland Barthes, *Mythologies*. París, 1957. Citado aquí según *Mythen des Alltags* (*Mitos de cada día*). Frankfurt del Main, 1964, p. 76.

(7) Stephen Salmieri, Michele Salmieri, Owen Edwards, *Cadillac*. Nueva York, 1985.

El automóvil como icono

Los coches que él pintaba producen el efecto de lo intangible. Los colores irreales los «desmaterializan». Son coches vacíos. Falta lo narrativo; la renuncia a la función trae consigo un comentario. Apenas si sale a cuento la acción de moverse con un vehículo. A menudo, Warhol prescinde de sombras; son automóviles que flotan en el aire. Esto es aplicable, no en último término, al coche de carreras de fórmula I W 196 R (1954), que remite a la carrocería aerodinámica con revestimiento de «cockpit» y ruedas también revestidas con la que Caracciola obtuvo en 1938 su récord mundial. Warhol, como dijo en alguna de sus conversaciones, se hallaba fascinado por aquella forma. Trasladó el automóvil al cielo e hizo de él una presencia sensualmente seductora. Diseño que se aproxima a la forma ideal aerodinámica de la media gota de agua, curvas biomorfas...; esto recuerda el gigantesco par de labios que se ciernen en el espacio en *A l'heure de l'Observatoire: les amoureux* (1932-1934), de Man Ray. Ese signo, transportado al firmamento, de los cuerpos apretados el uno contra el otro, recuerda también *Sofá de labios para Mae West* (1936), de Dalí, y, por último, el díptico del propio Warhol *Marilyn Monroe's Lips* (1962), en el que se ofrece ciento sesenta y ocho veces esa boca entreabierta –los *Public lips* (Richard Lindner)–.

Retorno a la forma simple

El diseño de este coche, junto a dos o tres más de la serie –el Grand Prix W 125 (1937), el 300 SL Coupé (1954) y el coche piloto tipo C 111 (1970), para cuya carrocería se hizo uso de la tecnología de los materiales plásticos–, es el que queda más cercano a lo que Warhol había representado en sus primeros cuadros sobre objetos: formas simples. Entre este tipo de obras encontramos la botella de *Coca-Cola*, un proyecto debido al «diseñador del siglo», Raymond Loewy. Evidentemente, en la búsqueda de Warhol de botellas, latas, cajas, sellos de correos rectangulares y billetes de dólar se manifiesta una elección de tipo formal. Son objetos que se distinguen por su máxima reducción. La forma es cerrada, nada sobresale del perfil de estas cosas. Warhol tiene predilección por los objetos lapidarios, simétricos. Con esa elección, a principios de los años sesenta, Warhol se estaba aproximando a la «postpainterly abstraction».

Dore Ashton veía en estas obras «un rechazo de los valores sociales, como también una negativa a seguir las huellas de artistas más viejos. Estos percibían que formaban parte del espíritu de la época, que se inclinaba a exigencias “formales”, y estaban muy satisfechos con las descripciones de la objetividad tal como ésta se hallaba encomendada a los artistas del “minimal”» (8). Este último punto lo subrayó Donald Judd en una crítica de la primera exposición neoyorquina de Warhol en noviembre de 1962. Para Judd, la pregunta por los contenidos quedaba detrás de la verificación de que Warhol presentaba formas, y repeticiones de formas, que correspondían a su propia predilección por los objetos sencillos –base de la naturaleza holística del arte nuevo–. Vale la pena citar esta primera referencia a una consideración formal de la obra de Andy Warhol: «Parece que la pregunta metafísica que salta a la vista es ésta, a fin de cuentas: “¿Por qué pinta Warhol botes de sopa Campbell?” La única respuesta disponible es: “¿Por qué no?” El contenido de la obra pictórica es motivo tanto de censura como de exagerado elogio. En realidad, no es muy importante reflexionar sobre las razones, puesto que resulta fácil imaginarse sin contenido los cuadros de Warhol: figurárselos, sencillamente, como cuadros “overall” con elementos repetidos» (9).

Los demás automóviles de la serie se diferencian sustancialmente de esta selección. Sus siluetas son abiertas y presentan en el cuerpo transparente una gran cantidad de funciones y detalles.

Encargo y primeras obras

El encargo de la serie *Coches* se debe a la iniciativa del marchante Hans Mayer. Una acción publicitaria de Mercedes con motivo del centenario de la invención del automóvil presentaba modelos de diversas casas fabri-

(8) Dore Ashton, *American Art since 1945 (Arte norteamericano desde 1945)*. Londres, 1982, p. 116.

(9) Donald Judd, «Andy Warhol». En *Arts Magazine*. Nueva York, enero, 1963. Reedición en *Complete Writings 1959-1975*. Halifax y Nueva York, 1975, p. 70.

cantes de coches. En el anuncio —«1986: El automóvil cumple cien años. Un acto de reverencia al genio de los ingenieros»— se mostraban diecisiete modelos: el coche de motor Daimler, 1886; el Panhard, dos asientos, 1899; el Ford Tin Lizzy, 1917; un Rolls-Royce Silverghost, 1910; un Bugatti de 1935; el Opel Olympia 1935; el DKW 1931; el Volkswagen conocido por «Escarabajo», de 1938; un camión Mercedes-Benz de 1931; un Studebaker de 1935; el Glas Goggomobil 1957; el Citroën CV 1954; el Citroën DS 1956; el vehículo lunar Apollo 15, 1971; el NSU Ro 80, 1967, y un Daimler-Benz de tipo medio, de 1984. La intención era conquistar a la empresa para que encargara a Warhol pinturas y «portfolios» con serigrafías realizadas sobre dichos modelos, los escogidos para el anuncio. Warhol se mostró propicio. Mayer, por su propia cuenta, le hizo el encargo de cuatro trabajos. Warhol eligió el Coupé 300 SL, el primer coche deportivo que, en 1952, después de una pausa de años, fue desarrollado en Daimler-Benz. Este automóvil se fabricaría luego en serie entre agosto de 1954 y mayo de 1957. El techo del vehículo, las aberturas de ventilación, las puertas de doble hoja que se abren hacia arriba y que encajan sin solución de continuidad en el cuerpo de la carrocería, suscitaban la idea de velocidad y aerodinamismo. Subrayan lo dicho las transiciones, sin juntas, de los distintos elementos a la carrocería. Fue una vivencia de la forma lo que Roland Barthes, en sus *Mythologies*, atribuyó al nuevo Citroën y a su perfección y carencia de origen (10). Aquí se manifestaba una nueva experiencia: «En el DS reside el comienzo de una nueva fenomenología de la armonización, como si se pasara de un mundo de elementos soldados entre sí a un mundo de elementos yuxtapuestos que sólo merced a la fuerza de su admirable forma se mantienen en una unidad coherente...» (11).

La interpretación que Warhol hizo del Coupé 300 SL —en cuatro obras, todas serigrafías, acrílico sobre lienzo— quedó lista en mayo de 1986. En la casa Mercedes reinaba el entusiasmo ante el resultado de aquel empeño. En septiembre del mismo año llegó a formalizarse un contrato. Se renunció a acoger diversas marcas de coches. Warhol quiso representar los cien años de existencia del automóvil tan sólo a la vista de los modelos de la casa Mercedes. Habían de «retratarse» veinte tipos distintos de coche. De ellos —incluido el 300 SL—, ocho se realizaron en obras seriadas. Con el coche piloto C 111, del año 1970, acaba la serie. Ocho ejemplos más presentaban la producción de los años setenta y ochenta. Algunos coches fueron escogidos entre la producción anterior: así, el «Daimler-Motorwagen» del año 1901, el primer automóvil que llevó el nombre de «Mercedes». Es un modelo que —como el Panhard 1899— renuncia a la forma Kutsche («coche» en el sentido de carruaje distinguido y elegante). La forma, por primera vez, responde a la nueva función. Chasis, espacio destinado a los viajeros y espacio ocupado por el motor, quedan subordinados a un conjunto formal unitario. A ello se sumaron un dos plazas de finales de la década de los veinte (tipo SSK) y el Mercedes 300, de la época del llamado milagro económico. El contrato preveía en total ochenta obras. Cuarenta estaban destinadas a la Daimler-Benz; las otras cuarenta quedaban en propiedad del artista. Para estas últimas, Warhol otorgó al cliente una opción de compra por cinco años. De cada modelo debería entregar el artista dos versiones del motivo por separado y dos representaciones con el motivo repetido varias veces. Al principio, los trabajos se retrasaron algún tiempo, dado que fue preciso aclarar cuestiones de derechos de autor por razón de las fotografías para los trabajos. Warhol deseaba recibir en febrero o marzo de 1987 material gráfico para efectuar la selección de doce coches más. Para esas fechas estaba proyectada una visita a Stuttgart. La tarea dedicada a los ocho primeros automóviles —treinta y dos trabajos del artista— estuvo acabada a principios de enero de 1987. Los tres trabajos suplementarios a gran formato los concluyó Andy Warhol en las dos últimas semanas de su vida.

Coches, punto culminante de las últimas series

Los trabajos de *Coches* enlazan con las extensas series que en los años setenta, después de una interrupción relativamente larga, se incorporaron de nuevo a la obra del artista. Entre esas series están *Shadows (Sombras)*, *Campbell's Soup Cans (Botes de sopa Campbell)*, *Myths (Mitos)*, *Shoes (Zapatos)*, *Endangered Species (Especies en peligro)*, *Details of Renaissance Paintings (Detalles de pinturas del Renacimiento)* y *Reigning Queens (Reinas reinantes)*.

(10) Barthes, loc. cit., p. 76.

(11) Op. cit., p. 77.

Habría que citar además los *Vesuvios*, las variaciones sobre *Cologne Cathedral (Catedral de Colonia)*, la *Santa Cena* de Leonardo, el *Castillo-palacio de Luis II en Neuschwanstein* y la serie de retratos *Lenin*. Una desconcertante y confusa mezcla de temas en la cual se testimonia que la ideología de Warhol, la renuncia a una temática constante y de valores, seguía dominando. Publicidad, imágenes cúllicas, estereotipos de la admiración o del horror, habían conducido, ya a principios de la década de los ochenta, a una enervante contaminación de los contenidos. Hoy hemos de reconstruir el choque que aquellas imágenes produjeron. Sobre el trasfondo de la historia estadounidense de la pintura produjo un efecto de extrañeza el inventario icónico de Warhol. Esto podrá sorprender, pero en la pintura norteamericana del presente siglo no existen muchos ejemplos de una representación radical de realidades sociales y económicas, y todavía menos del hecho de ponerse al servicio de la baja esfera del mundo del consumo. Y lo que el contemplador europeo considera típicamente «americano» se presenta, la mayoría de las veces, con los medios estilísticos que a los europeos les resultan familiares y corrientes como cosa propia: se presenta mediante simbolización (cubista o futurista) de la simultaneidad y la dinámica.

Los paralelismos, aducidos frecuentemente, que existen entre el «pop art» y la «Ashcan School» formada en torno a Robert Henri —escuela que, antes de la Primera Guerra Mundial, dirige su atención a los temas realistas— no suministran material alguno para establecer parangones con el «pop art». Más importantes son, a este respecto, algunas obras plásticas de los años veinte: las pinturas de *Paquetes de cigarrillos* (1921) de Stuart Davis, o su célebre *Odol* (1924). Del mismo Stuart Davis conocemos también manifestaciones que aluden a las palabras de Warhol al declarar que él era una máquina. Davis dice: «Yo no pertenezco a la raza humana porque soy un producto puro de la *American Can Co.* y del *Evening Journal* neoyorquino.» El pide imágenes salidas «de un alfabeto de letras, cifras, rótulos de latas de conserva, envases de tabaco» (12).

La reacción del europeo ante la realidad norteamericana

En esos años hubo intentos de representar la nueva realidad en obras plásticas. Los «precisionistas» —pintores como Sheeler o Lozowick— se revolvieron contra los pintores regionalistas y su «estética de la modestia» (Joshua Taylor). De Lozowick conocemos sus inflamados llamamientos a instituir una iconografía norteamericana. Su procedencia del constructivismo ruso y del «agitprop» explican esta optimista toma de posición: «La evolución predominante de la América de hoy avanza en el sentido de la industrialización y de la estandarización, que reclaman una exacta asimilación de la estructura a la función, que prescriben economía en los procesos y en los materiales y que, con ello, liberan en el hombre un espíritu de objetividad que excluye todas las desviaciones propias de la sensibilidad y de los sentimientos y acostumbra su mirada a formas y colores para los cuales no existe correspondencia alguna en la Naturaleza» (13). Evidentemente, la mirada del europeo reaccionó aquí a distancia de su propio origen. Ya Matthew Josephson había llamado la atención en agosto de 1922 —en la *Little Review*, por él dirigida— sobre un aserto de Santayana publicado dos meses antes en *Dial*: Sólo los inmigrantes eran capaces de experimentar y definir el «americanismo». Su diversa situación daría lugar a que «los inmigrantes se sientan enseguida típicos americanos y que, también inmediatamente, lleguen a serlo, por razón de que los penetra y empapa un americanismo agresivo con mayor intensidad que a los nativos de Cape Cod o a los pobres blancos del Sur» (14). Fue la mirada de artistas europeos —Duchamp, Picabia, Stieglitz— la que contrapuso estos nuevos temas a la concepción europea de la cultura. Y, en cierto sentido, también Warhol, hijo de inmigrantes, sacaría provecho de esa distancia. Al menos, su procedencia de un medio a-cultural —como una condición más de la alienación existente entre el mundo del trabajo y el mundo del arte— le ayuda a rebasar, sin prejuicios, las fronteras de los estándares estéticos de los años cincuenta. Algo de esto lo encontramos en la caracterización que ofrece Schjeldahl: «Cuando él decía que le gustaba la Coca-Cola, que adoraba a las estrellas de cine y que le excitaban los horribles accidentes de automóvil, con ello no expresaba más que sentimientos populares. Aunque a veces era chistoso, nunca fue irónico de ver-

(12) Stuart Davis. En John R. Lane, *Stuart Davis Art and Art Theory*. Brooklyn, 1978, p. 94. Citado aquí según Bernhard Schulz, «Made in America - Technik und Dingwelt im Präzisionismus» («Made in América - La técnica y el mundo de las cosas en el precisionismo»). En *Amerika, Traum und Depression 1920-1940 (América, sueño y depresión 1920-1940)*. Berlín, 1980, p. 94.

(13) Op. cit., p. 105.

(14) Matthew Josephson, «The Great American Billposter» («El gran cartel americano»). En *Broom*, vol. 3. Nueva York, 1922, p. 304.

dad, porque se hallaba libre de conflictos de valores (la maldición de la burguesía), que son los que reclaman la ironía de modo natural» (15).

Negación puritana de las situaciones materiales

En los años treinta decrece la dedicación a los temas derivados del mundo de la industria y la propoganda. John Dewey descubrió la razón de ello precisamente en el carácter técnico del entorno. En *Arte y experiencia* afirma que el artista «ha sido desplazado al margen de la corriente principal de los intereses activos» (16) por obra de la mecanización de la industria. La culpa de esto correspondería al hecho de que el artista dispone de otros medios de producción y no puede crear de modo mecánico para cubrir la demanda masiva (17). Dewey va en busca de nuevos temas, y en todas partes donde da con ellos hace su elogio: «La ampliación del área temática en la pintura y en las otras artes —ampliación que permite también lo que antes se juzgaba demasiado corriente o harto desca-minado para merecer el reconocimiento artístico— se halla en continuo avance» (18). Esta exigencia tampoco fue cumplida por la generación de pintores norteamericanos que en la década de los cuarenta reaccionaría ante la presencia de los emigrantes europeos. Si bien esa generación, luego de una fascinación inicial por Mondrian, Léger, Masson, Max Ernst..., se alzó contra la tradición europea y la implicación, también europea, en la —fatal— Historia, la crítica no desembocó, en absoluto, en una reconsideración de Norteamérica y su situación en el aspecto productivo. Al elegir entre la «identificación con una idea abstracta o el fragmento, personalmente aprehensible, de la experiencia propia y evidente» (19), se decidirían por la primera. Pesó más el miedo al contacto con la realidad. Es la negación puritana de las situaciones materiales con la que chocaría entonces Giedion en sus indagaciones acerca de la mecanización de la industria norteamericana: «Pese a un detenido examen y a la ayuda de historiadores locales de Cincinnati, no pudo hallarse otro testimonio de la época del surgimiento de la cinta continua. Como razón de ello se nos dio la explicación, de apariencia un tanto inverosímil, de que en Cincinnati, al principio, se avergonzaban de declarar como origen de su riqueza el negocio de la matanza del cerdo y la salchiche-ría. Todas las actividades urbanas, como, por ejemplo, la vida musical de Cincinnati, pueden ser seguidas en su curso con la máxima exactitud; pero en cuanto al comienzo de la mecanización de la artesanía de carniceros y matarifes y a los inicios de la cinta continua, falta todo punto de referencia» (20).

El expresionismo abstracto, levantamiento contra la mecanización y la estandarización

La retirada del arte norteamericano a la intimidad y a las cuestiones de índole estética encaja perfectamente en los años que precedieron a la Era Kennedy. La idea del progreso sucumbió. «¿Cómo fue posible que el fundamento y el verdadero núcleo del pensar y el obrar del siglo XIX se derrumbaran de modo tan irremisible? La causa de ello fue, sin duda alguna, que se abusó de la mecanización para explotar la tierra y a los hombres sin el menor reparo» (21). En los años cincuenta oímos la resonancia de aquel levantamiento contra la mecanización y la estandarización. El levantamiento se manifestó en un radical rechazo de la objetividad; pero semejante rechazo respondía, en el fondo, a un principio intelectual que, como señaló Leo Steinberg, orientaba a modelos técnicos sus propias y optimistas ideas sobre el desarrollo y evolución del arte. La aseveración de Greenberg, «el predominio de las superficies planas fue peculiar y exclusivo del arte, y así acontecería que la pintura moderna se orientase a ello y nada más que a ello» (22), es relacionada por Steinberg con las irreversibles propuestas de perfeccionamiento o

(15) Peter Schjeldahl, loc. cit., p. 28.

(16) John Dewey, *Kunst und Erfahrung (Arte y experiencia)*. Frankfurt del Main, 1980, p. 16.

(17) Op. cit.

(18) Op. cit., p. 392.

(19) Joshua Taylor. En Bernard Schulz, loc. cit., p. 14.

(20) Sigfried Giedion, *Die Herrschaft der Mechanisierung (El dominio de la mecanización)*. Frankfurt del Main, 1982, p. 119.

(21) Op. cit., p. 771.

(22) Citado según Leo Steinberg, *Other Criteria. Confrontations with Twentieth-century Art (Otros criterios. Enfrentamientos con el arte del siglo XX)*. Nueva York, 1972, p. 67.



N.º 7 (fragmento).



N.º 9 (fragmento).

reforma que definen el diseño de un producto —del automóvil en este caso—: «No es, probablemente, una coincidencia fortuita que los conceptos descriptivos dominantes en la crítica formalista de los últimos cincuenta años constituyan un hecho paralelo al simultáneo desarrollo del automóvil de Detroit. La simbiosis, creciente de continuo, de distintos elementos..., la integración de puertas, estribos, ruedas, parachoques, cubiertas de repuesto, indicadores de dirección, etc., en un chasis de una sola pieza, todo esto significa, sin necesidad de acudir a Kant, una tendencia paralela y sincrónica a la síntesis de todos los elementos del diseño. Ello no quiere decir que los coches tengan apariencia de cuadros. Lo que aquí estoy diciendo se refiere menos a los cuadros que al aparato crítico dedicado a su análisis y estudio. Pollock, Louis, Noland se diferencian marcadamente; pero los conceptos reductivos de las discusiones en virtud de las cuales resultan encasillados una y otra vez en distintos grupos, están muy próximos a los ideales de unidad técnica del *All-American-Car*. Es más bien, sin duda, la pauta del crítico, no el trabajo del artista, lo que está bajo el dominio de esa imagen, de forma aerodinámica, de la aptitud funcional» (23).

El «pop art», reacción frente al expresionismo abstracto

Pero la ironía del Dadá, la presencia de Duchamp, los primeros trabajos de Johns y Rauschenberg, dan lugar a que la joven generación comience a adoptar una actitud de rechazo frente al *Vir Heroicus Sublimis* (Barnett Newman). *Marginalismo* (Allen Ginsberg, Kerouac), literatura «beat», «happening», «underground»..., son nombres y términos de atracción y señuelo de un escenario artístico modificado. Un segundo elemento, que puede explicar el choque provocado por el mundo icónico del «pop», atañe a la aseveración de que esta tendencia no tuvo que imponerse frente a un arte que le hiciera la competencia, un arte orientado al contenido. El «pop» se presenta con la plena aspiración de sustituir lo que la pintura, para el entendimiento de la época, era capaz de ofrecer como sumo logro: la no objetividad, lo «no figurativo». El arte «pop» reacciona contra el idealismo del expresionismo abstracto. Muchos, al principio, lo concibieron como un «divertimento» que «en realidad no desafiaba al buen gusto más que de un modo superficial». Greenberg atribuyó esto a «un nuevo episodio de la historia del gusto, pero no a un auténtico nuevo episodio en la evolución del arte contemporáneo» (24).

El último ciclo de *Coches* sorprende por dos razones diferentes. En primer lugar, Warhol escoge como tema de una serie de trabajos un producto no estadounidense. El «pop art» introducía en la pintura exclusivamente bienes de consumo estadounidenses: las botellas de Coca-Cola, los botes de sopa Campbell, las cajas de madera de las firmas Brillo, Kellogg, Heinz, Del Monte... Se trata de productos suministrables auténtica y típicamente norteamericanos, lo mismo que el *Urinoir* que envió Duchamp en 1917 a la exposición de los Independents bajo el nombre de *R. Mutt*, y cuya presentación defendería el mismo autor en el segundo número de *The Blind Man* contra quienes opinaban que se trataba sólo de un objeto del ramo industrial de las instalaciones sanitarias: «Por lo que toca a la fontanería, eso es absurdo. Las únicas obras de arte que Norteamérica puede enseñar son sus trabajos de fontanero y sus puentes.» Duchamp había adquirido su *Fountain* en Mott Works, en la Quinta Avenida. Los escritos de Warhol están llenos de semejantes actos de fe en una Norteamérica brutal y venal: «Yo amo a América, y he aquí algunos de los motivos para ello. Mis trabajos pictóricos son mensajes simbólicos acerca de los estridentes productos impersonales y acerca de esos enojosos, hostiles, objetos materialistas sobre los cuales está edificada hoy día América. Son la proyección de todo cuanto puede comprarse y venderse: símbolos prácticos o perecederos que nos mantienen con bríos» (25).

El tema de los *Coches*: la mutabilidad del producto

La otra razón de la sorpresa está en que Warhol, en su última serie, presenta algo que hasta entonces había repellido su obra: la mutabilidad de un producto. Su selección de objetos se fijaba en aquellos que en el momento de tomarlos él se hallaban disponibles por todas partes. No eran raros ni estaban sustraídos al uso o al culto.

(23) Op. cit., p. 79.

(24) Citado según Donald Kuspit, *Clement Greenberg, art critic (C. G., crítico de arte)*. Madison, Wisconsin, 1979, p. 139.

(25) Citado según Jutta Held, «Pop Art und Werbung in den USA: Über das dialektische Verhältnis zwischen freier und angewandter Kunst» («Pop Art y publicidad en los Estados Unidos: Sobre la relación dialéctica entre arte libre y artes aplicadas»). En *Kritische Berichte*, año IV. Giessen, 1976, n.º 5/6, p. 43.

En el curso de los años setenta y ochenta puede acusarse una dedicación a temas sacados del pretérito. Pero esto no afecta jamás al «mundo de los objetos». Lo que el propio Warhol colecciona –muebles de Ruhlmann, esculturas de Bugatti– no halla resonancia en sus cuadros. La sucesión del tiempo –presentación narrativa de «sucedidos»– falta en gran medida porque Warhol, a diferencia de otros artistas del «pop», plasma momentos independientes y aislados. Existen, al principio, sólo muy escasas excepciones de ello: la doble imagen de una corrección de nariz, *Before and After (Antes y después)*, 1961; *210 Coca-Cola Bottles (210 botellas de Coca-Cola)*, 1962, donde las botellas aparecen con diversa cantidad de bebida; *Let Us Praise Famous Men (Alabemos a los hombres famosos)*, 1962, una obra que muestra a Rauschenberg de niño, de muchacho y de hombre adulto; *Jackie III*, 1966; *Seven Decades of Janis (Siete décadas de Janis)*, 1967.

Con *Coches*, Warhol llama la atención sobre la historicidad de los productos y las modas. Por supuesto, esto tiene que ver con el encargo que ha aceptado. Sólo el planteamiento de la tarea resulta ya significativo en cuanto a la diferencia existente entre la mentalidad norteamericana, que él expresa en sus obras plásticas y en sus textos, y la europea, que necesita de la tradición y la historia para el mundo de los objetos a fin de resaltar el valor de lo útil. Ciertamente, sería exagerado reducirlo todo a la polaridad del pensamiento histórico y al reflejo del presente. Pero la fuerza de las imágenes de Warhol y el efecto de una iconografía del «ahora» permanecen ligados a un pensamiento que, por su parte, radicaliza una conducta antinómica, ante la que un observador europeo, como Giedion, se sentía desafiado: «El proceso que ha conducido al actual papel desempeñado por la mecanización no puede observarse en parte alguna mejor que en los Estados Unidos, donde primero se aplicaron los nuevos métodos de producción y donde la mecanización ha penetrado hondamente en la forma de vida y en la manera de pensar» (26). Giedion se lamenta de la falta de conciencia histórica, lo que ha venido a oscurecer la historia anónima de nuestra época: «Una inconcebible ceguera histórica ha impedido, sin embargo, que se guardaran y conservaran importantes documentos históricos, maquetas, archivos industriales, catálogos, folletos de publicidad, etc. La opinión pública enjuicia las invenciones y los productos exclusivamente desde el punto de vista de su éxito comercial. Esta posición se disculpa diciendo: "Nosotros no miramos hacia atrás, sino hacia delante." Con ello se niega el tiempo, tanto el pasado como el futuro. Lo que cuenta es sólo el momento presente» (27).

Las obras de Warhol: el «ahora» sin pátina

Esta queja de la época formulada por Giedion, a la que podríamos añadir la de Adorno o la de Horkheimer, proporciona el trasfondo para la obra de Andy Warhol, la cual pretende limitarse por completo al «instante» y que, con certeza, en la tentativa de fijar el tiempo alcanza su mensaje más poderoso. (En cuanto al intento de fijar el tiempo, hay que decir que, como todavía nos proponemos mostrar, a ello corresponde, no en último término, la tentativa de engañar al tiempo por medio de la repetición.) En los escritos de Warhol hallamos innumerables pasajes que documentan lo dicho. Warhol encuentra sus paradigmas en el comportamiento norteamericano: «No existe país en el mundo que ame tanto como América ese "precisamente ahora"... Nosotros no tenemos tiempo de acordarnos del pretérito y no tenemos fuerza para imaginarnos el futuro. Estamos tan ocupados que solamente pensamos en una cosa: el "ahora"» (28).

Por esta razón, Warhol echa mano, preferentemente, del mundo de los medios de comunicación social y de consumo. Los bienes de consumo no deben envejecer, y el mundo de las estrellas no soporta la pátina. El tiempo no tiene derecho a tocar al ídolo ni a lo que está «in». También en esto se diferencia Warhol del disfrute europeo de lo pasado y lo nostálgico. Richard Lindner, que en su obra trató de unir la iconografía urbana de la nueva objetividad con las experiencias neoyorquinas, nos proporcionó –en una conversación acerca de Warhol, cuyo radicalismo le fascinaba– esta cruel explicación: «En América no se admiran las piernas de ochenta años de una Mistinguett» (29). Por ello renuncia Warhol también –hemos hecho memoria de ello– a captar y fijar productos, estrellas o acontecimientos

(26) Giedion, loc. cit., p. 13.

(27) Op. cit., p. 13 s.

(28) Andy Warhol, *América*. Nueva York, 1985, p. 27. Citado aquí como *América*.

(29) Citado según Werner Spies, *Das Auge am Tatort (El ojo en el lugar de los hechos)*. Munich, 1979, p. 198.

tomados de la historia y que sólo sobrevivirán gracias a un encanto nostálgico. En uno de los casos, al poner el artista su atención, por segunda vez, en un producto norteamericano, lo hace precisamente para sustituir la primera versión, convertida ya en «histórica», ante la existencia de una producción nueva. Campbell ha pasado de los botes a las cajas. Warhol comenta su propio trabajo: «Bueno, me enfadé bastante cuando Campbell empezó con una nueva... ya sabes...; habían echado a rodar sus botes y estaban haciendo pruebas con esas cosas de plástico. Quizá algún día llegue de veras a hacerse realidad» (30). A causa de ello, las *Campbell's Soup Cans* (1962-1965) se han quedado anticuadas... y el departamento de publicidad de la propia firma Campbell desea ahora que el artista extraiga para ella las consecuencias y realice la conveniente adaptación de la nueva realidad al mito Warhol. Con la fama de aquellos botes, las *Cans*, la empresa no puede hacer ya nada de provecho; el icono de la banalidad creado por Warhol amenaza incluso, en cierto modo, la suerte del nuevo producto, puesto que ese icono lo exorciza en virtud de su propia celebridad. Warhol corresponde al deseo de la empresa y moderniza, liquida, el símbolo ya obsoleto, lo cual aparece como un momento de sumo interés en la obra de Warhol. Cuando éste acudió a las latas o botes de sopa, acudió a un objeto banal y divulgado, no a un «objet trouvé», ni tampoco a un objeto señalado por alguna clase de interpretación que, a su vez, pudiera referirse a una forma especial o a una rareza.

La antinomia «valor de utilidad/arte»

En aquella elección cabe reconocer un gesto de Duchamp en el que, según éste, ha de presuponerse indiferencia; se trata de una indiferencia tan marcada que excluye en principio toda apelación al significado y a la interpretación. Ahora bien, todo objeto queda anticuado al cabo de un tiempo más o menos corto, y de ese modo corre el riesgo de ser contemplado sobre el trasfondo de otra época. Duchamp hizo notar que ni el mismo producto fabricado en serie escapaba a esa nueva lectura. Opinaba de esta forma: «Si hoy se arroja al Sena una máquina de escribir dentro de un recipiente hermético, impenetrable por el agua, y con una inscripción que diga "Abrase a los quinientos años", esa máquina alcanzará un día significado en cuanto objeto enajenado de toda finalidad, enigmático. Pero mi intención consistía precisamente en defender las cosas contra el "look" por medio de una auténtica indiferencia. Yo quería reaccionar contra el gusto» (31). Por eso opinaba también Duchamp que la *Secadora de botellas* sólo podría conservar por un cierto tiempo el estado de banalidad y univocidad que le eran propios. Entendía que ese momento había pasado ya... Por tal motivo, hoy habría que traducir la *Secadora de botellas* al lenguaje de la instantaneidad, es decir, reemplazarla por una mera cotidianidad de nuestro tiempo: por un cubo de color hecho de material plástico, digámoslo a título de ejemplo. En el momento en que la casa Campbell cambió su producto en serie por uno nuevo, se había alcanzado el punto en el cual la antinomia «valor de utilidad/arte» debía tornarse de súbito en sólo «arte», adaptación siempre renovada a lo que se muestra como obvio, explicable por sí mismo, adaptación al objeto estándar de suministro ordinario. Warhol subraya esto: «Si no lo crees, echa una ojeada a todas las grandes revistas americanas, donde las cosas emocionantes son siempre las cosas más nuevas: el libro que acaba de salir, las películas que se proyectan por vez primera, los discos más recientes. Se llega a tal punto que ya apenas si podemos acordarnos de lo que apareció en el mercado inmediatamente antes de que saliéramos corriendo en pos de la sensación más nueva» (32).

Antes de este agudo concepto de tiempo –agudo en el sentido con que se habla de una enfermedad aguda–, los temas nostálgicos no poseen para Warhol significado alguno dentro de la obra. Presentar un producto industrial en su transformación histórica responde más bien a los intereses y categorías europeos.

Warhol, artista de encargos

Coches es un trabajo de encargo, como tantos de los que Warhol realizaría a lo largo de los años. Esto suena para muchos a cosa negativa, escandaliza a quienes esperan del artista un mundo interior puramente subjetivo,

(30) Michael Kohn, *Warhol Campbell's Soup Boxes (Los envases de sopa Campbell de Warhol)*. Van Nuys, California, 1986, p. 27.

(31) Conversación con el autor.

(32) *America*, p. 22.

ajeno a la discusión y a las motivaciones no artísticas. Sin embargo, Warhol se definió desde un principio como «pintor de encargos.» Se sabe que muchas veces escuchó las sugerencias e insinuaciones de su entorno cediendo ante ellas, correspondiendo de modo satisfactorio: «Jamás me resultó violento preguntar a alguien, de rondón: “¿Qué es lo que tengo que pintar?” Porque el “pop” viene de fuera, ¿dónde está la diferencia entre que yo pida a alguien que me dé ideas o que ande buscándolas en las revistas? Harry comprendía esto, pero unas cuantas personas encontraban despreciable eso de que les pidieras consejo...; no querían saber nada de cómo trabajas; debías conservar tu aureola de modo que pudieran prestarte adoración sin ser molestados con pormenores» (33).

Pero sabemos asimismo que esta disponibilidad de acomodarse a lo que impelía desde fuera es definitoria de una táctica; detrás de ella no se escondían la pasividad ni el titubeo, sino más bien lo que Aragon apreció como categoría decisiva para el arte de la cita y del collage de nuestro siglo, la «personnalité du choix», que, gracias a una reconocible operación estructurante sobre el material del mundo disponible, es capaz de crear una reconocible obra completa (34). Lo que sabemos por los escritos acerca de Warhol, por los a menudo mitomaníacos elogios de amigos y personas íntimamente allegadas —la permeabilidad de Warhol a propuestas y temas—, hemos de tratarlo cautelosamente. «Fue una de las noches en que yo pedí a un grupo de personas, serían de diez a quince, que me hicieran propuestas, hasta que un amigo mío formuló la pregunta exacta: “¿Qué es lo que más te gusta?” Así es como empecé a pintar dinero» (35).

El juego de las insinuaciones

La tan frecuentemente citada referencia de que Warhol preguntó a Geldzahler qué es lo que debía pintar, la noticia de que Geldzahler llamó la atención de Warhol sobre la portada del *New York Mirror*, «129 Die», no la podemos entender simplemente como prueba de indiferencia ni, por otro lado, de apertura, en principio, frente al tema. El propio Geldzahler, si estudiamos con más detalle su información, aporta una decisiva precisión sobre la colaboración referida: «Creo que yo le enseñé el primer periódico según el cual trabajó el *129 Die in Jet*. Fue en junio del 62... Yo dije: Basta de vida..., ahora le toca a la muerte. El dijo: ¿Qué quieres decir con eso? Yo dije: Ahora basta ya de la afirmación de las sopas y las botellas de Cola. Así es como pasó realmente... Estábamos muy cerca el uno del otro, pero yo miraba la cosa del mismo modo que los pintores del Renacimiento se dirigían a los eruditos conocedores de las leyendas de los santos y que sabían de la Antigüedad clásica. Y ellos acudirían a uno de esos sabios y le preguntarían: ¿Es ese un buen tema? O el sabio les propondría uno. Y así fueron también nuestras relaciones en lo que tocaba a su arte. En realidad, nunca tuve que ver nada con sus propias pinturas. Yo le ayudaba a tomar decisiones sobre lo que debía hacer» (36).

Se trataba aquí de la actitud previa, de la «personnalité du choix». ¿Cómo cabe reconstruir esas palabras echando mano de una fuente de inspiración que no lleva a investigar entre numerosos documentos, sino que invita a acudir espontáneamente a la prensa diaria? No era sólo el tema de la muerte... Noticias de esa clase, escenas de horror, aparecen casi diariamente en la primera plana de los periódicos. Partamos del supuesto de que Warhol transfiriera al lienzo esa página en color negro. Ello puede tener que ver con el documento de partida (la ilustración en negro). El negro simboliza, a la vez, lo horrendo del hecho del que aquí se da noticia. Pero en esa época de cambio brusco en la que Warhol va desprendiéndose poco a poco de los medios estilísticos que delatan una respuesta polémica al expresionismo abstracto de la escuela neoyorquina, semejante trabajo adquiere un marco de interpretación que se nos aparece como típico del proceder de Warhol. El levantado plano de sustentación, roto, astillado en la caída y curvado, recuerda numerosas obras gestuales de Motherwell (*Summertime in Italy*, n.º 8, 1960, Staatsgalerie de Stuttgart) y hace pensar también en los cuadros negros de Franz Kline, en los que, asimismo, tales planos trituran dramáticamente la superficie plana de la obra. Nosotros opinamos que Warhol simbolizó con su trabajo *129 Die (Plane Crash)* el fin de la hegemonía del expresionismo abstracto. La prueba de ello nos la proporciona la fecha de la muerte de Franz Kline. Falleció el 13 de mayo, poco antes de que Warhol, el 4 de junio, pintara ese cuadro.

(33) *POPism*, p. 16 s.

(34) Werner Spies, *Max Ernst Collagen. Inventar und Widerspruch (Collages de Max Ernst. Inventario y contradicción)*. Colonia, 1974, *passim*.

(35) *POPism*, p. 18.

(36) En John Wilcock, *The Autobiography and Sex Life of Andy Warhol (La autobiografía y la vida sexual de A. W.)*. Nueva York, 1971, sin indicación de páginas.

Predisposición y actividad de taller

Warhol pudo hacer suya esa propuesta de Geldzahler sólo porque correspondía a su propia predisposición y elección. Y esta suposición se acredita con más fuerza que el argumento de la pasividad, que es aducida frecuentemente como actitud fundamental de Warhol. ¿No tenemos la mejor prueba de ello si consideramos que Warhol estuvo rodeado constantemente por la actividad de taller, por aquello a lo que el arte moderno había renunciado? Las fotos que muestran la «factoría» y que nos permiten penetrar en las «Warhol Enterprises», presentan un mundo donde el artista impera y manda como la abeja reina en la colmena. Semejante reunión de arte, medios de comunicación social, mundo, semimundo, no nos es conocida por ningún otro estudio o taller, a menos que se trate de diferentes ramos de actividad.

Tenemos que retroceder al siglo XIX para encontrar por última vez una noción semejante, tan abarcadora de inspiración y decoración. Esto se ha querido explicar con unas manifestaciones hechas por Courbet acerca de su cuadro *L'atelier du peintre* —el cual definió como una «alegoría real que determinó siete años de mi vida artística»—, al anotar en una carta: «Estas son las gentes que me sirven, las que me apoyan en mis ideas, las que participan en mi actividad. Estas son las gentes que viven de la vida, que viven de la muerte. Esta es la sociedad, la más encumbrada, la de muy abajo y la de enmedio. En pocas palabras: ésta es mi manera de ver la sociedad con sus intereses y pasiones» (37).

Hoy resulta asombroso recapitular la vida de Warhol y considerar, al propio tiempo, que esa vida estuvo rodeada, casi cada hora, por «las gentes que viven de la vida, que viven de la muerte», y que Warhol ha dejado tras de sí una obra que lleva, hasta en los detalles, su propia y personal expresión. Esto incluye, asimismo, junto a una constante inspiración ejercida sobre él por su entorno y sus colaboradores, una fuerte resistencia. Uno de los más agudos observadores de Warhol, Jonas Mekas, captó lo siguiente: «Yo he observado a Warhol durante el trabajo y he visto cómo nacían algunas ideas, cómo se desarrollaban y transformaban y, sin embargo, no alcanzaban nunca el estadio de su realización porque en algún punto alguna cosa fallaba; la actitud, la perspectiva, la forma, la estructura..., algo no llegaba a encajar. Por ello sé, con seguridad plena, que no cabe atribuir realmente a falta de ideas, o a pasividad, nada —muy poco, si acaso— de lo que Warhol hace cuando, aparentemente “pasivo, sin ideas» o actuando de modo “maquinal”, toma fotografías o pinta. Detrás de todo eso hay un sentido estético siempre despierto y vigilante; sólo ese sentido es el que hace suceder todo. Cuando todo sucede de la manera más sencilla, y cuando todos creen que todo marcha por sí mismo..., él se halla siempre al fondo, como si no existiera en absoluto... Y exactamente ahí es donde está el origen del mito de un Andy que todo lo tolera..., en el hecho de que él es el Artista Total y ve lo que, en realidad, ningún otro ve» (38). Semejante declaración posee significado para todo aquel que dirige su atención al método electivo peculiar de Warhol, a sus intervenciones en la realidad y en el entorno, que él escenifica en derredor como fondo de reserva para la inspiración. Podrían citarse otros muchos ejemplos que dan fe de esa «personnalité du choix».

Permisividad e inconfundibilidad

La objeción continua frente a las ofertas que se le hacían constantemente desde su entorno —objeción encubierta por un comportamiento en apariencia permisivo y liberal— distingue su obra, le confiere identidad fácil de reconocer e inconfundibilidad. Estas características no cejan ante nadie. Ello aparece con singular claridad ante el retratista Warhol. Entre las numerosas fotografías que él tomaba con la cámara Polaroid, escogía la que, de todas, era capaz de atraerle y estimularle. Se trataba, la mayoría de las veces, de fotografías que mostraban el máximo de calidades «extrañas», y era una extrañeza que él, a menudo, lograba sólo cuando un rostro había perdido por completo el control de sus habituales «tics» y convenciones expresivas. Esto se obtenía gracias a una manipulación, a veces desconcertante, que David Hockney describe con asombro: «Toda su acción consistía en colocarme ante

(37) En *Gustave Courbet*, Catálogo de exposición. París, 1977, p. 246.

(38) En *Andy Warhol, Bilder 1961 bis 1981* (A. W., obras pictóricas, de 1961 a 1981), editado por Carl Haenlein. Hannover, 1981, p. 184.

la cara su cámara fotográfica, con el largo aditamento antepuesto, y tirar unas cuantas fotos. Yo debía meterme un dedo en la boca, lo cual, realmente, no forma parte de mis hábitos. Todavía no sé por qué, pero yo lo hacía» (39).

Warhol recoge sus temas —sobre ello ya hemos hablado— de la publicidad, de los medios de comunicación social y del mundo del consumo. Pero no fue siempre así. En los años en que el artista, junto a su actividad de grafista publicitario y decorador, se dedicaba a ilustrar libros y hacer «zapatos fetiche» y dibujos caricaturescos, acudía de continuo a un lenguaje icónico que se mantiene a la mayor distancia de lo que movía a la vanguardia de entonces. Entre el gran número de dibujos de época temprana, no hallamos absolutamente nada que permita deducir la existencia de una ambición de medirse con la obra de los grandes artistas contemporáneos. Apenas si existe otro ejemplo de parecida resistencia al cubismo, al expresionismo y al constructivismo. Ninguno fuera de él, ni Pollock, ni Rothko, ni Newman, Lichtenstein, Johns, se evaden de esa discusión. El estilo dibujístico lineal de Warhol aprovecha encuentros con Ingres, Cocteau, Ben Shan y sobre todo con el Man Ray de los dibujos para *Les Mains libres*, 1937. Una y otra vez facilita escondidas referencias a determinadas predilecciones: al ornamentalismo de Whistler, cuyo *Retrato de la madre: arregló en gris y negro n.º 1* (Louvre, París) halla una paráfrasis en el dibujo *Automat*, 1958. Este se nos aparece como un acto de fe en un artista que, con toda evidencia, habría de ocupar más tarde a Warhol en las variaciones cromáticas sobre un mismo tema. Recordemos sólo títulos de obras de Whistler, como *Rosa y plata*, *La princesa del país de porcelana*, 1864, *Media luz en color carne y verde: Valparaíso*, 1866, o *Nocturno en azul y oro: Valparaíso*, 1866.

La «blotted line», valor añadido de la espontaneidad

Referencias a Ingres hallamos en la lámina *Chopin some say loved George Sand (Hay quien dice que Chopin amó a George Sand)*, de *Love is a Pink Cake (El amor es un pastel de color rosa)*, 1953. Warhol se remite a *Raphaël et la Fornarina de Ingres* (1814, Fogg Art Museum, Cambridge, Mass.). Todo señala a estilización, a preciosismo. Lo que habría de distinguir a la iconografía del «pop» y a su estilo, su predilección por el corte duro del cuadro, por la amplitud de las superficies —elementos que encontramos asimismo en Stella o en Kelly—, falta todavía por completo en esos dibujos de Warhol. Un clasicismo languideciente, insípido con frecuencia, caracteriza también una parte de la obra dibujística, parte que ha de mantenerse siempre como forma previa de la posterior técnica serigráfica o, mejor dicho, de su dedicación a la que llaman reproducción anónima. Estamos hablando de la «blotted line» (línea borrosa). El modo de proceder que Warhol sistematiza aquí invita a compararlo con la mecanización que alcanza la serigrafía. Warhol realiza estos dibujos a tinta china sobre papel satinado repelente al agua. Después, el artista presiona sobre papel absorbente el dibujo recién hecho, y con esta especie de procedimiento de monotipia obtiene algo así como el eco del trabajo original: las líneas, a causa de la reproducción, se hacen poco nítidas, resultan discontinuas en su trazo. Una ventaja de ese método está en que el artista puede repasar el dibujo con tinta china o hacer que otro lo repase. Ello permite repeticiones en pequeñas tiradas. Pero la ventaja principal no reside ahora en la mecanización del dibujo. Warhol consigue todo lo contrario. El procedimiento intensifica la sensibilidad del trazo, le confiere un «valor añadido» en cuanto a espontaneidad y carácter de escritura a mano. La reproducción logra un efecto de mayor espontaneidad, de más emoción, que el original.

Importancia superior a la de todas las referencias a la posibilidad de realizar «duplicados» con ese sistema, parece tener la comprobación de que Warhol, por primera vez, encuentra aquí un medio de distanciamiento. El dibujo propio resulta lateralmente invertido en la reproducción correspondiente, y una parte del efecto queda sustraído a todo control. También el empleo que hace Warhol de sellos o cuños, y la cooperación de los amigos que se ocupan en colorear las hojas estampadas, sirven para reducir, ya en esta época temprana, el trabajo directo del artista. Este no viene a ser sustituido, en modo alguno, por un enunciado frío, impersonal. Ahí se hace patente una importante tendencia en la obra del artista: Warhol busca variaciones inestables de un tema, y no la dura y concreta repetición.

Aquí es donde reside —también cuando existe una convergencia de temas, verificable en principio— la decisiva diferencia respecto de Roy Lichtenstein. Si comparamos el dibujo de Warhol *Hot Dog (Perro caliente)*, 1957/1958,

(39) En *Andy Warhol. Arbeiten 1962-1986 (A. W. Trabajos, 1962-1986)*. Salzburgo, 1987, p. 35.



N.º 13 (fragmento).



N.º 16 (fragmento).

con la versión de Lichtenstein del año 1963, o el *Superman* de Warhol, 1960, o, del propio autor, *Batman*, 1960, *Before and After (Antes y después)*, 1961, con los trabajos de Lichtenstein *Girl with Ball (Muchacha con balón)*, 1961, o *Foot Medication (Medicación para los pies)*, 1962, no puede pasar inadvertido que Lichtenstein, a diferencia de Warhol, pretende alcanzar un estilo preciso, sujeto a norma.

El estilo del dibujo comercial de Warhol y el lenguaje gráfico del surrealismo

Los esbozos de publicidad gráfica del *Warhol antes de Warhol* se atienen al estilo de sus dibujos: aislamiento del objeto, «extrañación» estilística (en el sentido de producir extrañeza sirviéndose de cambios o transformaciones), medios que enlazan con lo que en los años treinta, dentro del círculo formado en torno a Hoyningen-Huene, aflora en las decoraciones de escaparates. Esos medios van incluyendo, en medida creciente, los efectos de choque propios del surrealismo. En el aspecto sociológico es digno de anotarse que, en aquel entonces, la publicidad recurría a un lenguaje gráfico cuyo origen estaba en un arte dedicado a la práctica del aislamiento y a despojar de realidad al mundo de los objetos. Ello puede documentarse con las discusiones y polémicas que tuvieron por foro la prensa especializada. Estas se relacionan con el hecho de que en innumerables bocetos de carteles, decoraciones de vitrinas y escaparates y combinaciones cromáticas, tuviera entrada aquel lenguaje gráfico, recogido en publicaciones como *Vogue*, *Scribners*, *Harper's Bazaar*, *Fortune*, *Time*, *Click*, *Life*... En un artículo titulado «Surrealism invades Advertising» («El surrealismo invade el campo de la publicidad»), la revista *Printer's Ink* enumera los elementos a los que la propaganda comercial comenzó a recurrir, para sus fines, de manera más señalada: «La incorporación más importante es la perspectiva profunda ("el enigma del espacio", como se dice en el lenguaje surrealista). Otra incorporación: la de la distribución onírica de elementos del paisaje diferentes entre sí, sin ligazón que los relacione» (40). Y el autor añade: «Es realmente muy curioso, si se reflexiona sobre ello, que esta radical y excéntrica forma artística haya sido aceptada por el sector más conservador de la sociedad norteamericana, el del "business"» (41). En el mismo artículo hallamos además otra observación: «La realidad onírica permanece sin alteración, pero los sueños no son tan espantosos como en los trabajos no comerciales. Fuera de ello, aquí existe una mayor y más definible relación con la realidad, de modo que, por lo regular, la imagen comunica un mensaje claramente reconocible ("reasonable recognizable message")» (42). Sin duda alguna, la publicidad que Warhol proyecta hasta los primeros años de la década de los sesenta acude precisamente, de modo dialéctico, a la negación de lo mismo que alaba: el artículo de consumo resulta individualizado; el ejemplar único es una simulación.

La ruptura entre arte y publicidad

En las ilustraciones de libros, en los dibujos de zapatos que Andy Warhol mostró en galerías de arte en el curso de los años cincuenta, sigue cercano en principio, estilísticamente, a lo que proyecta para su clientela. Luego se produciría la ruptura. El artista esconde al diseñador. El estilo y el objeto de la obra se separan de modo más violento. El diseñador hacía el elogio del encumbrado artículo de marca, y lo sumergía en el «glamour» de las apariencias de inalcanzable posesión, cosa que desafía a los clientes con más fuerza que la aprehensibilidad de las mercancías. Los cuadros y dibujos independientes que surgen a partir de 1960, traen consigo aquí el paso decisivo. Cuando contemplamos más de cerca estos hechos, nos damos cuenta de que Warhol no cambia solamente su lenguaje de la publicidad. Al desterrar de su estilo el encanto de lo raro y frágil, se deshace también de los objetos que hasta entonces había representado en la propaganda y en los dibujos e ilustraciones de carácter privado. Al cambio estilístico corresponde un cambio de contenidos. Consiguientemente, no podemos afirmar en ningún caso que Warhol convierta ahora, sin más, en tema autónomo de su arte el mundo del consumo, al que hasta ese momento había servido. Importa precisar: a la renuncia al dibujo preciosista, de líneas armónicas, responde la dedicación a los artículos de producción en masa y a los mensajes de los medios de comunicación social.

(40) En Werner Spies, «Der Surrealismus in den USA. Dokumente einer Faszination» («El Surrealismo en los EE.UU. Documentos de una fascinación»). En *Max Ernst. Retrospektive 1979*. Munich, 1979, p. 106.

(41) Op. cit.

(42) Op. cit.

Andy Warhol busca temas vulgares y un modo pictórico que —en los primeros cuadros, que pinta todavía con la mano— renuncia a todo aquello que había definido su trabajo dibujístico. Para los botes de sopa y las botellas de Coca-Cola escoge una manera de pintar que le era ajena. En consecuencia, ante el caso de Warhol no cabe hablar de una «continuación» de temas populares y de una eficiente pintura de tipo cartelístico. Sabemos que Warhol, al principio, escondía en el taller sus propios trabajos gráficos de publicidad cuando se anunciaba la visita de alguna persona del mundo del arte. Le importaba la delimitación, no la mezcla, de esas dos esferas distintas. Desde un principio, Warhol separa arte y publicidad; los separa mediante la diversidad de temas y estilos. Esto no tiene nada que ver con el modo y manera en que Rosenquist proseguía la práctica del arte comercial: «Cuando James Rosenquist, por ejemplo, aplicó a sus composiciones sinópticas las técnicas que había aprendido como pintor de rótulos, modificó, sobre todo, el contenido o el mensaje, pero jamás la técnica o el estilo» (43).

La mercancía de masas, contenido de la nueva iconografía

Hay que subrayar el llamativo cambio de Warhol en sus temas. El hecho de acudir a anónimos objetos de consumo define una ruptura. Si los bocetos de Warhol para anuncios de zapatos se apoyaban de continuo en una vigorosa expresión psicologizante —cada zapato no sólo se dirigía, de modo inconfundible, a un usuario, sino que aparecía como su exclusivo y personal atributo psicológico—, las imágenes de las botellas de Coca-Cola y de los botes de sopa tienen una calidad anónima y una renuncia a la creación de enigmas, cualidades de que carecía la obra temprana del autor. Al remitirse éste a mercancías de la demanda de masas, da con una iconografía ciertamente más norteamericana que la de los productos de lujo representados antes por Warhol. Vale la pena sacar nuevamente a colación el artículo de Matthew Josephson del año 1922. Como primeras referencias a la cultura y personalidad del continente americano, en el puerto de Nueva York se aparecían al inmigrante gigantescos letreros luminosos: Colgate... Hecker's Flour... American Sugar Refinery (44). Era el momento «de someter nuestros productos nacionales a una prueba de simpatía, y decidir si no llevan en sí el germen de una auténtica belleza que justifique la extraña desviación respecto del pasado o de anteriores tradiciones europeas» (45). Y el norteamericano que se detenga en Europa se verá acometido por una «dolorosa nostalgia» si algo le recuerda allí a ese mundo de la publicidad (46). Josephson no describe esa experiencia, en modo alguno, como ejemplo de una poesía de las estampas urbanas; lo que hace es tomar esas sencillas y directas imágenes como punto de partida para una moderna poética estadounidense. Desea volver a encontrarlas de nuevo en la literatura. Una ojeada a la publicidad sería más provechosa que un curso intensivo en Harvard sobre lírica victoriana. Una frase como *Meaty marrowy oxtail joints* (*Trozos de rabo de buey enjundiosos, sustanciosos*), compuesta para Campbell's, la encomia Josephson como obra de un genio (47).

Warhol se enfrenta ahora, en son de crítica, al expresionismo abstracto. Su cercanía a Rauschenberg y Johns no puede pasar inadvertida. Como ellos, simula Warhol sensaciones gestuales subjetivas; calculadamente, deja gotear el color sobre sus motivos. Banaliza la intimidad, ya que, como fondo para la imitada excitación de los rasgos, adopta temas que descartan toda emoción: *Peach Halves*, *Coca-Cola*, *\$199 Television*, *Dr. Scholl's Corns* (todo ello de 1960). Semejante mixtura de una heroica acción pictórica con retruécanos visuales ironiza la caligrafía personal, no la espontaneidad susceptible de aprendizaje, a la que apela precisamente el arte de Pollock, Kline, De Kooning. Al lado de ello están las imágenes de *Do it yourself* (*Hágalo usted mismo*), 1962, y *Dance Diagrams* (*Diagramas de danza*), 1962. Ambas series cobran importancia al ser examinadas de forma retrospectiva. En ellas no se expresa sólo —como ocurre con otros trabajos pictóricos de la época— la iconografía «pop» de Warhol. Aquí y allí, recurre Warhol a diagramas. Diagramas que estimulan a los pintores de domingo y a los alumnos de baile a obtener un resultado planeado previamente. La improvisación queda eliminada. Los renglones de cifras, que señalan colores sobre los patrones gráficos, privan al pintor de tomar una decisión subjetiva. Control y vigilan-

(43) Dore Ashton, loc. cit., p. 119.

(44) Matthew Josephson, loc. cit., p. 305.

(45) Op. cit.

(46) Op. cit.

(47) Op. cit., p. 310.

cia responden a la inspiración y a la subjetividad. Con ello expide Warhol una temprana declaración que habría de determinar su producción ulterior también en el aspecto técnico. Las filas de números se refieren a la aplicación aditiva del color en los trabajos de *Marilyn* y de *Liz*. Los colores están contorneados y se hallan yuxtapuestos, pero sin llegar a mezclarse entre sí.

Los *Dance Diagrams* apuntan a repetición y a movimientos controlados. En esos diagramas puede verse también una alusión irónica al ritual de la inspiración de Pollock, que Namuth retendría en sus fotografías y filmes: el pintor bailando en torno a su lienzo, extendido éste en el suelo. A ello opone Warhol una rigurosa coreografía.

Los fríos cuadros «no comment» y los cuadros gestuales surgen, durante cierto tiempo, de forma paralela. «Yo tenía aún los dos estilos: el más líricamente gestual, con sus "drippings", y el estilo duro, carente de gestos. Mostraba a la gente los dos para animarla a expresar su opinión acerca de la diferencia entre ambos, pues yo no estaba completamente seguro de poder eliminar de mi arte lo gestual realizado con la mano y conseguir una total desvinculación y una calidad anónima. Sabía, a fin de cuentas, que deseaba liberarme de la parte temática de lo gestual. Y por eso tenía yo aquella afición a pintar mientras escuchaba "rock and roll", siempre el mismo "song", un disco de cuarenta y cinco revoluciones, una y otra vez, todo el día» (48).

El «pop art», arte de la vida moderna

Warhol y los artistas del «pop» se convirtieron en los pintores de la vida moderna. Con esta categoría de Baudelaire puede comprenderse lo que en la obra de esos artistas reaccionaba contra la interiorización y contra la huida de la ciudad, actitudes propias de la generación anterior. El mismo Warhol (hombre de ciudad por excelencia) buscaba la artificiosidad y el exceso urbanos. Lo que citamos seguidamente se lee como la descripción de una especie extinguida: «Larry mencionó que Pollock venía del campo todos los martes. Esto formaba parte de aquella imperiosa tendencia del "fuera de la ciudad y al campo" que imperó a finales de la década de los cincuenta» (49).

La relación de Warhol con la ciudad no es, en modo alguno, indiferente. La pasión por la ciudad y por la muchedumbre se esconde detrás de su elección de los botes de sopa Campbell's, las botellas de Coca-Cola, los billetes de dólar y las estrellas como Elvis Presley o Marlon Brando. Son motivos que predominan en la realidad dentro de la cual se encuentra Warhol, y también en los medios de comunicación social. La elección de imágenes por él realizada aparece, en cierto modo, como un resultado de la estadística. Las caras, los productos, las situaciones horribles, lo que él escoge, forma parte de la «hit parade» de la notoriedad, del gasto y el consumo y del cálculo de probabilidades que a todos amenazan. Las imágenes de los *Most Wanted Men* (*Los hombres más buscados*), las estrellas del crimen, no son más que la otra cara de lo que el «efecto Warhol» presupone. Cuanto más banalmente famosos son los objetos del trabajo artístico, tanto más feliz es el resultado. La multiplicación mecánica de una cantidad (cantidad de sopa, cantidad de muerte, cantidad de celebridad) funciona del modo más asombroso cuando el carácter de cliché aparece establecido ya con anterioridad (Mona Lisa, Liz Taylor, silla eléctrica, accidente). Cuando la imagen no cuenta con tal grado de obviedad —y lo que realmente hace falta es la imposición de una marca, de un nuevo mito—, entonces falla el efecto. Esto se advierte en los retratos complacientes, de favor. La fascinación se basa en dos supuestos previos: en la repetición y en la celebridad mítica de un tema que, en virtud de la publicidad y por obra de los medios de comunicación, es de general disponibilidad.

El único motivo que Warhol lanzó con éxito es su propia imagen, su autorretrato. En cambio, un retrato que sólo puede tener importancia para el cliente y para el pequeño grupo de contempladores allegados al cliente, saca a la luz la expresión individual, los aspectos privados. Ahora bien, cuando al contemplador no preparado se le coloca ante el problema de descifrar un motivo, e incluso desentrañar un mensaje, la fascinación desciende al nivel cero.

El mundo del reclamo de los medios de comunicación, del culto a las estrellas, es un mundo que nos rodea constantemente. Lo que Warhol enlaza con este entorno, el cliché y los contenidos de la industria de la cultura, cuida

[48] *POPism*, p. 7.

[49] *Op. cit.*, p. 15.

en realidad –porque él convierte todo esto en imágenes– de que se muestre a las claras la estereotipia de la disponibilidad. En los textos de Warhol se habla demasiado de la indiferencia, de su deseo de transformarse él mismo en máquina; y demasiado, también, se ha presentado a Warhol como un exponente de los hábitos consumistas, como para que aquí no nos quedáramos perplejos. La primera temática, la del primer plano, de esas obras ha inducido a pasar por alto la distancia entre Warhol y el mundo que describe y plasma. Esa distancia existe. Warhol formuló su rechazo del «fanatismo de la apropiación» (Alfred Döblin), que determina el trato con el mundo de las mercancías: «Mirar escaparates es un buen entretenimiento porque pueden verse todas esas cosas y estar uno realmente satisfecho de que no llenen, en nuestra casa, cajones y armarios» (50).

El «Voltaire» de América

Los primeros trabajos pictóricos de Warhol son obras de consumo, presentan mercancía de masas. Las imágenes de horror no se agregan hasta algo más tarde. También las estrellas son productos y conceptos convencionales de la masa. Una iconografía de la facticidad: ¿debe ésta significar una crítica o es la afirmación de un estado resultante del proyecto concebido por la sociedad de masas con su unificación de consumo y muerte? Taylor Mead se dirigió por entonces a Warhol con esta observación: «Tú eres el Voltaire de América. Tú das a América, ni más ni menos, lo que ella se merece: un bote de sopa colgado de la pared» (51). Warhol esboza también en textos la terrible visión de un consenso que se basa tan sólo, todavía, en hábitos consumistas; y sus parábolas resultan tanto más desabridas cuanto más fría y mecánicamente se reducen a una función externa las complejas condiciones sociales y las diferencias de estatus. «Ves una propaganda de "Tab" y piensas: Nancy Reagan bebe "Tab", Gloria Vanderbilt bebe "Tab", Jackie Onassis bebe "Tab", Katharine Hepburn bebe "Tab"; y piensas que tú también puedes beber "Tab". "Tab" es "Tab", y por rico que seas nunca podrás conseguir cosa mejor que lo que la mujer sin techo está bebiendo en la esquina. Todos los "Tab" son iguales. Y todos los "Tab" son buenos. Nancy Reagan lo sabe. Gloria Vanderbilt lo sabe. Jackie Onassis lo sabe, Katharine Hepburn lo sabe. Lo sabe la vagabunda y lo sabes tú» (52).

¿Qué otra cosa es esto que la proyección de la sociedad huxleyana, apaciguada y nivelada por el consumo? Y ello, por cierto, se logró de una manera que es típica del proceder de Warhol: no sin emoción, pero sirviéndose de los medios de una falta de emoción que presenta como concepto de la convención el mínimo denominador del existir y el convivir humanos. Aquí no se exigen comportamientos ni sentimientos de cinta continua..., la dimisión del comportamiento individual... Lo que se hace es reproducir todo eso sin ilusión alguna. No estamos aquí lejos de las reflexiones de Rilke sobre «la muerte trabajando de empleada en el establecimiento sanitario» (53): «Ahora se muere aquí en 559 camas. Naturalmente, de modo fabril. Con tan enorme producción, la muerte del individuo no se realiza tan bien; pero eso no importa. Lo que importa es la masa. ¿Quién es el que hoy da todavía algo por una muerte bien elaborada? Nadie. Hasta los ricos, que podrían permitirse morir con minuciosidad, comienzan a hacerse abandonados e indiferentes; el deseo de tener una muerte propia se vuelve cada vez más escaso. Aguardemos todavía un poco y ese deseo será tan escaso como tener una vida propia» (54).

Crítica de la falta de emoción suministrada en cinta continua

También la última serie, que pone en escena el concepto de tiempo y la posibilidad de superar los productos por medio del tiempo, habría de desafiar a la formulación de este reto: si ha habido alguien que en la segunda mitad del siglo haya roto la monotonía de la repetición y del suministro en masa, ése es Warhol. Porque su repetición, sobre la cual tenemos que hablar (una repetición que, a comienzos de los años sesenta, él es el primero, entre los artistas del «pop», en proclamar como medio estilístico), no es mera reiteración y referencia a la uniforme posibili-

(50) *America*, p. 21.

(51) *POPism*, p. 35.

(52) *America*, p. 22.

(53) Rainer Maria Rilke, *Die Aufzeichnungen des Malte Laurids Brigge (Los apuntes de M. L. B.)*, Frankfurt del Main, 1982, p. 13.

(54) Op. cit.

dad de suministro de la mercancía «mundo». Es más bien un aguzamiento del enfoque sobre el momento irreplicable. De tales conatos críticos se ha hablado ya. De no ser así, nuestro tiempo no descubriría en Warhol su propio contenido inconsciente, la esperanza de duración y la interrupción de la falta de emoción —estado éste proporcionado por la fabricación en cinta continua—, ni podría redescubrirse de manera tan acusada en el comportamiento del mismo Warhol. En efecto, se nota que Warhol no se limita, sencillamente, a copiar en su trabajo las técnicas y las prácticas de la industria de la cultura, así como la publicidad y el consumo, sino que trata de separarse de todo ello, utilizándolo en calidad de antídoto como en un tratamiento homeopático. Warhol declara que su empleo de imágenes de las que los medios de comunicación y la publicidad repiten hasta la hartura, despoja a éstas de su función en cuanto tales medios y en cuanto publicidad. Si, con palabras de Adorno y Horkheimer, la sinfonía ha venido a ser el premio que se otorga por el solo hecho de oír la radio, Warhol hace de la publicidad la obra de arte que se nos concede como premio por usar de aquélla (55).

No son tanto las imágenes del mundo del consumo y las imágenes de la historia de masas lo que usa Andy Warhol; lo que éste realiza es su elaboración, una «sofisticación» de la imagen. Aquí se muestra, desde el principio, la diferencia fundamental entre el modo de proceder de Warhol y el de los demás artistas del «pop». En el caso de éstos se recogen en una composición imágenes del consumo, clichés visuales, comics..., la mayor parte en calidad de citas. En lugar alguno nos encontramos, dentro del trabajo de esos artistas, con lo que, ante todo, define la manera de operar de Warhol: la repetición del motivo, su empleo serial.

El modelo impreso, como punto de partida

¿Cómo se presenta esto ahora en nuestro caso? Warhol parte de fotografías, no de automóviles reales. El recurrió siempre al mundo «reproducido». También en los dibujos de época temprana puede decirse que Warhol hace uso de modelos de base, y no de observaciones directas. En él no descubrimos croquis ni apuntes del natural. «Es decisivo dejar bien sentado que Warhol no pintó botes de sopa, sino las imágenes comercialmente estilizadas de botes de sopa. Para él, como para cualquiera de los artistas que le precedieron, las imágenes pintadas eran Naturaleza» (56). Esto se explica, desde comienzos de la década de los sesenta, por el procedimiento técnico empleado en su pintura. Al principio, Warhol amplía los motivos escogidos mediante proyección sobre un soporte, y repasa debidamente las siluetas y los pormenores. Al hacerlo resultan siempre simplificaciones. El procedimiento puede compararse con el usado por Lichtenstein. No obstante, Lichtenstein introduce entre el documento de partida y el trabajo final un dibujo de pequeño formato en el que fija la versión simplificada y ligeramente modificada que desea pintar. Con la serigrafía descubre Warhol el medio que le permite obtener la repetición de motivos mediante un procedimiento abreviado: «En agosto del sesenta y dos empecé con las serigrafías. El sistema del sello de caucho, que había utilizado hasta entonces para repetir trabajos, me resultó, de repente, banal y adocenado» (57). En el momento en que empieza a emplear la serigrafía sobre lienzo, acude, cada vez más, a los documentos fotográficos. Desaparece su interés por los anuncios dibujados: «Operando con la serigrafía, tomas una foto, la amplías, la pasas al cedazo con barniz y aplicas entonces tu color, que atraviesa el cedazo pero no el barniz. Así obtienes siempre la misma composición, cada vez con pequeñas diferencias. Era todo tan sencillo..., tan rápido y casual... Yo estaba entusiasmado con ello» (58).

Hallamos también manifestaciones en las que se documenta el hecho de que, con la división del trabajo y los métodos mecánicos de ejecución, Warhol está buscando una adaptación a la época: «A mí me agrada la idea de un arte industrial. Los colores se fabrican industrialmente, lo mismo que el pincel y el lienzo. Todo está realizado por la industria. Todos los utensilios para hacer cuadros están fabricados industrialmente. Yo hago mis trabajos de modo semi-mecánico, pero desearía poder hacerlos mecánicamente del todo» (59).

[55] Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, «Dialektik der Aufklärung» («Dialéctica de la Ilustración»). En *Max Horkheimer. Gesammelte Schriften* (M. H. Obras completas), vol. V. Frankfurt del Main, 1987, p. 189.

[56] Peter Schjeldahl, loc. cit., p. 29.

[57] *POPism*, p. 22.

[58] Op. cit.

[59] En Achille Bonito Oliva, *Warhol versò De Chirico (W. frente a Chirico)*. Milán, 1982, p. 70.

Warhol y Lichtenstein: estampación reproducida y estampación simulada

En el caso de los modelos se trata, téngase bien en cuenta, de fotografía impresa. Warhol no busca precisamente la fotografía original, sino el documento que ha alcanzado la máxima difusión y que, en virtud de la transferencia de la imagen y el proceso de impresión, ha perdido ya algo de nitidez. El artista parte aquí de «reproducciones reproducidas». Este recurso a lo reproducido tiene consecuencias técnicas. En la ampliación al formato de la obra de que se trate, destacan más las tramas de los modelos respectivos. Ello da lugar a cierta inexactitud que libera de precisión fotográfica al motivo en cuestión. El tono del papel sobre el que va a fijarse el motivo definido por la trama —un tono de papel que en las reproducciones fotográficas de pequeño formato publicadas en periódicos resulta inapreciable a simple vista— aparece ahora fuertemente acusado. La citada inexactitud confiere al motivo algo de cosa flotante. Este efecto, que es resultado de la ampliación, intensifica la transmisión a los cedazos, tramas o mallas que se elaboran para el trabajo de serigrafía. El efecto de «extrañeza» (las alteraciones efectuadas por el artista) aparece con especial claridad en la serie de 1963 *Most Wanted Men*. Al hacerse más gruesos y más notorios los puntos esparcidos resultantes de la trama, los rostros de los criminales buscados parecen estar detrás de una delgada tela metálica.

Warhol juega con esa radical intensificación de las tramas de las reproducciones y obtiene efectos que antes había conseguido ya Roy Lichtenstein en *Girl with Ball*, 1961, o en *Aloha*, 1962. Pero, al mismo tiempo, en el modo y manera por completo diferentes en que ambos artistas hacen uso de las tramas de las reproducciones fotográficas, vemos la explicación de la diversidad existente entre el mundo «pop» de Lichtenstein y el de Warhol. También Lichtenstein reacciona frente a la automática «grafomanía» expresionista de la generación precedente. El, como Warhol, halla su respuesta en la dedicación al trabajo con modelos impresos. Pero Lichtenstein no reproduce lo mismo que Warhol; él, en sus primeras estampaciones a comienzos de la década de los sesenta, simula el proceso de reproducción. El acceso a este sistema se lo brinda la autotipia, que descompone la representación en puntos de trama. Al igual que Warhol, siente fascinación por las imágenes reproducidas, pero por una razón completamente distinta. Los puntos de trama de la autotipia —a los cuales da lugar la ampliación en los trabajos de Warhol— son de diferente grosor. Lichtenstein, por el contrario, siembra de puntos sus motivos sirviéndose de una trama idéntica. Para ello utiliza una tela metálica que coloca debajo del papel, frotándola luego por encima, o bien dispone sobre la hoja matrices uniformemente perforadas y repasa éstas con tinta china o con grafito blando. Lichtenstein confiere cada vez mayor objetividad y concreción a esta forma de trabajo. La reproducción simulada que ha tomado como meta no deja lugar a la emoción. Los motivos se diluyen en la misma posibilidad de su reproducción. La negativa a la espontaneidad y el control exacto de los medios técnicos se convierten en condiciones previas del mensaje.

Describimos una técnica, y con ello describimos también el carácter de un artista y la expresión de su obra. Cualquiera puede hacerse cargo de que las caracterizaciones a las cuales hemos acudido para el caso de Lichtenstein no resultan adecuadas para el caso Warhol. Aquí descubrimos, igualmente, que la fundamentación de lo dicho se halla en la propia técnica. El modo en que Warhol se sirve de ésta resulta único y peculiar. Veremos —y ello está en contradicción con la tan extendida creencia de que Warhol es una cinta continua convertida en ser humano— que todo recurso al cliché colectivo, repetible, resulta cuestionado por el modo de reproducción.

El azar como cálculo

La transferencia o traslado de una imagen de partida: de ello se trataba. Y también de un primer grado de modificación, que se opera en virtud de la reproducción de lo reproducido. Pero el grado decisivo de esta modificación lo determina el mismo proceso de impresión o estampación. Consideremos los siguientes hechos: el manejo irregular del rascador, rasqueta o planchuela con que se oprimen los cedazos contra el soporte; la seda o los cedazos obstruidos; los «efectos moaré» con cedazos irregularmente ajustados; la aplicación irregular del color; el acrílico no siempre extendido de modo cubriente —lo cual da lugar a que allí donde no se agrega pintura quede al descubierto el lienzo, con o sin imprimación—; la coincidencia de tramas gruesas y mallas o cedazos gruesos... Todo ello son medios propios de aquel azar cuya función consiste en que el empleo no profesional de la serigrafía termine por anular lo que la serigrafía quiere ser: un medio de reproducción.

Reservado por la Fundación Juan March

El presente es un fragmento de un texto que ha sido digitalizado. El contenido es ilegible debido a la baja resolución y al tipo de fuente utilizada. El texto parece ser una introducción o un primer párrafo de un artículo o ensayo.



N.º 31 (fragmento).



N.º 26 (fragmento).

Repetición, y suma de informaciones

Ya el tema o motivo por separado –*Elvis, The Men in Her Life (Los hombres en su vida), Blue Liz as Cleopatra (Liz azul, como Cleopatra), Texan (Rauschenberg), Marlon*– permanece «ilegible» en los detalles. Esto apela a nuestra capacidad de reconstrucción de una imagen y pretende familiarizarnos con la lectura de lo falto de nitidez. Si tenemos ahora ante nosotros una obra pictórica que presenta repetidamente un motivo, se pone en evidencia que cada uno de los motivos individuales suministra diversas informaciones acerca del objeto representado. En una de las versiones queda sin aclarar lo que otra versión ofrece de manera precisa, y a la inversa. Tomadas en su conjunto, las repeticiones declaran más cosas sobre el motivo de partida. Podría hablarse de una suma informativa, o de una suma de informaciones, que resulta de la captación simultánea de las imágenes individuales. Las etapas de la visión y la acción de conocer y reconocer se encuentran separadas ante nosotros; es como si se ofrecieran a nuestra elección varios monitores de diferente definición en sus pantallas y de diferentes sintonizaciones cromáticas.

Contemplemos las series que surgen a partir de 1962. Al sustraerse a la esmerada repetición de un proceso de impresión, esas series presentan, en realidad, estados siempre nuevos de un mismo motivo. Ello confiere a esas obras sobre lienzo una vitalidad sin límites. Es cosa que ha de verse nuevamente, hoy día, sobre el trasfondo de los años sesenta –la edad de oro del «múltiple» y de la ideología del «ars multiplicata»–. En virtud de esa técnica, tan personalmente manejada, de la serigrafía, Warhol se separa, ni más ni menos, de la estereotipada tendencia a imponer la repetición, que determina entonces la impresión por tiradas o series. «Todos mis trabajos son iguales pero, a la vez, muy diferentes... Cambian con la luz de los colores, con las horas del día y con los ambientes. ¿No es la vida también una serie de imágenes que se modifican y repiten?» (60). Agreguemos aquí algunas referencias a la técnica y a los valores de expresión que están ligados a particularidades de índole temática. Los trabajos de serigrafía de época temprana –*Troy, 1962, Marilyn Monroe Diptych (Díptico de M. M.), 1962, Green Disaster 10 Times (Desastre verde en 10 tiempos), 1963, Optical Car Crash (Colisión automovilística óptica), 1962, Blue Electric Chair (Silla eléctrica azul), 1963*– se distinguieron porque en ellos surgió un marcado carácter de espacialidad. Este efecto lo producía la veladura de color sobre la que se estampaba, en negro o en otro color, el motivo fotográfico. La luz de los colores sumerge al objeto en un sfumado. Las formas semejan haber sido introducidas en acuarios. Son inaprensibles, las envuelve un algo de aparición fantasmal.

Coches, recapitulación de las técnicas pictóricas de Warhol

Las representaciones múltiples del Coupé 300 SL –la primera serie realizada por Warhol para *Coches*– recuperan esa técnica al cabo de largos años. También dichas representaciones están impresas en dos colores; el color fundamental es el que lleva el automóvil mismo. A ello se añade, en uno de los dos trabajos y de forma continua, el negro. En el otro trabajo, los colores se suceden a lo largo del eje principal de la imagen: en la parte izquierda encontramos el color azul; en la derecha, el rojo. Puede seguirse muy bien la particularidad de que la irregular aplicación del color sobre la trama (cedazo o malla) es responsable de la falta de coloración en ciertas zonas al efectuar la impresión. Esa parca aplicación del color está dosificada de manera que dé por resultado en cada caso un efecto parecido. Pero cada trabajo se distingue de los demás. A esta tempranísima técnica –que obtiene el efecto espacial por medio de algo así como una perspectiva luminosa– recurre Warhol en esta serie solamente para la representación del Mercedes-Benz W 196, el coche de carreras de los años 1954 y 1955; figura aquí, en la serie de doce trabajos. La impresión en negro, que destaca sobre los trabajos realizados en diversos colores, deja traslucir el fondo.

Intervenciones dibujísticas

No obstante, la técnica sufre una importante variación. Si consideramos las distintas representaciones del Coupé 300 SL, vemos que fueron estampadas con más de dos colores. En primer lugar, se dividía el lienzo, horizontal

(60) Op. cit.

mente, en dos superficies de igual tamaño. El azul, como horizonte, lo hallamos en ambas obras. La parte correspondiente al suelo fue preparada una vez en verde y otra en color rosado. Sobre el lienzo imprimado proyectaba Warhol la fotografía del coche. La silueta de éste se aplicaba una vez en rojo y otra en blanco plata sobre el lienzo de color; dichos colores, en ambos casos, eran opacos, cubrientes. Luego se realizaron plantillas que fijaban los detalles de la fotografía –valores de claroscuro–, las sombras estilizadas por Warhol en comparación con la fotografía, así como, con igual estilización, los claros o brillos de los faros, parachoques y ruedas. A esto se sumaban luego los perfilados y dibujos interiores, que Warhol había realizado en primer lugar con técnica puramente dibujística. Dichos perfiles y dibujos interiores los encontramos –aparte de las representaciones múltiples del Coupé 300 SL– en todas las demás serigrafías y motivos sueltos de los *Coches*. A la fotografía que fue transferida a plantillas se agregaban, en cada caso, tramas para serigrafía que retenían los dibujos. Nos hallamos, consiguientemente, ante una mezcla de procedimientos de reproducción (plantillas de fotografías, fotoplantillas) y dibujo. Las condiciones previas a ello afloran hacia 1972. Por esas fechas, Warhol va poniendo en los retratos, de forma creciente, la huella de su escritura personal.

Ahora bien, en ese hecho se manifiestan menos los análisis del expresionismo abstracto que la alusión a la tradición de la pintura de retrato. Warhol parece «citar una tradición de bravura y brío que se extiende desde Frans Hals hasta De Kooning» (61). Caligrafías imitadas relevan a la escritura del azar que hacía posible el procedimiento de la serigrafía. Esa escritura sirve –cuando contemplamos reunida toda la serie de retratos– para personalizar a los allí representados no sólo mediante el colorido, sino también a través de elementos gráficos que se disponen sobre la base fotográfica. Sorprenden aquí una y otra vez, junto al carácter pictórico de la pincelada (Man Ray, Henry Geldzahler), finos desarrollos lineales propios del «Jugendstil» (*Mick Jagger, Ladies and Gentlemen*). El mismo Warhol se expresó de modo crítico acerca del dibujo pictórico: «A comienzos de los años setenta yo creí que debía modificar la expresión de las obras retratísticas, y por eso trabajé más con el pincel en ellas. Algunas no son muy buenas. La técnica de la pintura abstracta es algo que hace falta captar intuitivamente» (62). Cada vez más, Warhol va dando preferencia al mero dibujo de línea. En los últimos años no existen ya apenas trabajos sueltos o ediciones en que no surja la tensión entre el documento fotográfico (continuidad de los valores claros y oscuros) y el dibujo. Esto no sólo aporta tensión estilística a la obra: los pasajes dibujados dan lugar a un cromatismo gráfico. Warhol hace uso de lo que en la técnica de la serigrafía se llama «impresión irisada». En un proceso de impresión, la plantilla realizada según el dibujo es cubierta en diversas zonas con colores también diversos.

Sucesiones de matices cromáticos y zonas superficiales autónomas

Allí donde los colores se encuentran en la impresión, se producen mezclas. Se forman sucesiones de matices de color de suma sensibilidad, como ocurre en el *Retrato de Goethe*, 1982. En la serie *Especie en peligro*, 1983, culmina esa técnica. En los *Coches* hallamos numerosos ejemplos de «impresión irisada», de la transición a modo de arco iris de color a color. Junto a esta comparecencia conjunta, parecida al «collage», de material fotográfico y dibujo propio, encontramos además otro medio que modifica de manera decisiva las obras de los últimos años. Inicios de ello afloran ya en los retratos de la década de los setenta. Los documentos fotográficos que sirven de base son completados por Warhol con superficies abstractas monocromas no pertenecientes al motivo. Son zonas de color, estereométricamente limitadas, que recuerdan los «plans superposés» del cubismo sintético. Y llama la atención, precisamente, que Warhol se sirviera por primera vez de esta solución en un retrato de Paloma Picasso publicado en 1975 en una edición de trabajos en serigrafía para la carpeta *Hommage à Picasso*. En la serie *Ladies and Gentlemen*, 1975, y en *Mick Jagger*, 1975, así como en otros numerosos retratos, hallamos de continuo esa superposición de la base fotográfica con zonas superficiales autónomas. Estas toman también otras formas y se hallan irregularmente delimitadas. Con frecuencia aparecen tan intensamente dibujadas que quitan claridad a la estructura y al mismo enunciado del retrato. En los *Coches* aparece reiteradamente esta técnica. Pero aquí Warhol se limita a cuadrados o a cuadrados cortados. Una comparación del documento fotográfico de base, el dibujo que sigue a éste y el trabajo ya realizado, proporciona conclusiones acerca del modo en que Warhol hace uso de

(61) Robert Rosenblum. En *Andy Warhol. Bilder 1961-1981* (A. W. Obras pictóricas), loc. cit., p. 107.

(62) Corter Ratcliff, *Andy Warhol*. Munich y Lucerno, 1984, p. 115.

esos cuadrados y acerca de lo que con ello se propone. Fijémonos en la representación de Karl Benz con Josef Brecht en el *Patent-Motorwagen de 1886*. El dibujo se ejecuta por procedimiento de calco. Al hacerlo se recogen exactamente de la fotografía las siluetas y algunos detalles (los radios de las ruedas, por ejemplo). Los valores tonales de la fotografía –sombras de la cara de los conductores, pliegues de las ropas– son objeto de estilización. El resultado –un dibujo abierto, con acentuación de los contornos– enlaza con anteriores obras dibujísticas de Warhol. Este, en 1974, en las dos carpetas *Flowers (Black and White)* –Flores (blanco y negro)– y *Flowers (Hand Colored)* –Flores (Coloreado a mano)–, se remite al puro dibujo de línea. El carácter de «Jugendstil» que poseen estos dibujos halla su explicación en el tema, en el orientalismo de los arreglos o composiciones florales «ikébana», de donde parte el artista. Los dos lienzos destinados a las representaciones del motivo reciben una imprimación de color azul claro y rojo salmón, respectivamente. Sobre esta base se imprime, en un primer proceso operativo, a partir de la plantilla que contiene el motivo fotográfico. La siguiente operación consiste en superponer los fragmentos de cuadrados (con color cubriente). Al practicar esto desaparecen algunas partes del fondo y del motivo fotográfico. Las formas se distribuyen de manera diferente en la superficie de cada uno de los dos trabajos. En la última fase del proceso de impresión se aplica sobre la composición, en impresión irisada, la plantilla del dibujo. Allí donde ésta coincide con los cuadrados vacíos, el dibujo queda fácilmente legible. Las superficies inferiores sirven de fondo. Sobre las partes que recogen la reproducción de la fotografía, la plantilla aligera las zonas en sombra. La sucesión cromática del dibujo en una de las representaciones (rojo, verde, azul, verde, amarillo) denota que la rasqueta ha sido dirigida de izquierda a derecha. Warhol se sirve de esas superficies cuadradas vacías para dar riqueza de contrastes a la alternancia dibujo-fotografía. La disociación entre color y dibujo que aquí se produce, y también la predilección por las tonalidades claras, recuerdan la serena alegría de Dufy. Con ello se expresa, sin duda, una referencia temporal: alusión a la Belle Époque, al deporte y a la equiparación de las carreras de coches y las carreras de caballos. En las representaciones múltiples de gran formato hallamos asimismo ese empleo de fotografía y dibujo. En ellas, los cuadrados, enteros o fragmentados, enlazan dos –y a veces más– representaciones distintas. Y aparecen, en cada caso, sobre un fondo cromático diferente. La reproducción del dibujo en impresión irisada anima esas superficies que se solapan.

Trabajos de taller y obra manual propia

Condición previa o consecuencia de tales resultados –debidos, a medias, a la técnica y al azar– es la actividad de taller. Warhol, desde muy pronto, aceptó y organizó esa actividad. Sobre ella se ha escrito mucho. En cierto sentido, la división del trabajo aquí reinante se remonta al oficio de «grafista de publicidad» que Warhol ejerció al principio, continuando con él hasta comienzos de la década de los sesenta. Tal división del trabajo, usual en el taller o taller-estudio hasta entrado el siglo XIX, habría sido impensable para los artistas de la precedente generación. Para Warhol, no tuvo sólo razones económicas. En primer lugar, el grupo –en cuanto unidad de trabajo– forma parte de la organización de su vida artística. Si hace que cooperen con él gentes diversas, hay que ver en ello un medio para el establecimiento de la distancia. La cooperación de otros, siempre nuevos y sin aprendizaje, sirve a Warhol para romper la rutina. Le ayuda a modificar la «caligrafía» y también el juego con las casualidades del proceso de impresión, que al cabo de cierto tiempo llegan a estereotiparse. Como es natural, en esa organización del trabajo artístico la cuestión de la actividad manual y personal de Warhol ha de desempeñar un papel secundario. Tanto por lo que atañe a la elección del motivo –elección dependiente de una decisión personal– como en cuanto a lo que se hace realidad en la prensa de imprimir, vienen a cuento unas palabras de Marcel Duchamp: «Si Mr. Mutt realizó o no por su propia mano *La Fountain* carece de importancia. El la escogió» (63). Lo decisivo es que Warhol pueda aceptar como posible trabajo propio la parte de tarea que ha delegado en otras personas.

Esto, por lo demás, es un comportamiento nada nuevo. El artista «de encargos» Warhol recurre a usos de taller que tienen ya larga historia. La exigencia de la «realización de propia mano» es de fecha más reciente. Está ligada a un concepto del arte que coloca la escritura propia por encima de la concepción y del tema. Ese mandamiento de la ejecución «de propia mano» fue en tiempos más laxo y tolerante: «Cuando en los contratos se trabaja con obras

(63) En *The Blind Man* [El hombre ciego]. Nueva York, 1917, n.º 2.

de arte en cuanto productos de artesanía (aunque éstos sean de la más alta calidad), sólo en casos realmente excepcionales hallamos que la realización de propia mano del artista sea considerada como objeto del acuerdo» (64). Materialmente es el cubismo el que hace saltar con violencia esa cualidad de la «autografía». Cuando Picasso y Braque toman del periódico diario los elementos de «collage» hechos por «colaboradores» y los combinan con partes dibujadas de su propia mano, esto podría relacionarse con el requisito que, en ciertos contratos, pedía del maestro que fuera él mismo quien realizase las cabezas de los personajes principales de la composición (65). El Dadá rompería también con ese último resto de cooperación «autográfica». Solamente la supervisión y la combinación del material —que procede del total anonimato— garantizan el resultado último.

El medio más importante que su taller pone a disposición de Warhol es la posibilidad de trabajar en grandes series. La Historia del Arte Moderno y Contemporáneo nos permite hacer numerosas referencias a ciclos de variaciones realizados de manera más o menos estricta: Monet, que con los más modernos medios de la época, con el refinamiento y medición ópticos, alcanza en sus series de cuadros la perfecta inaprensibilidad del mundo; Mondrian, y su séquito de constructivistas, así como los maestros del arte concreto, que mediante la repetición y mínima variación de un motivo, instalan a éste en la realidad; Albers, que acude a la práctica de un «ver en situaciones», en el cual lo visible se halla en continuo movimiento; y, en los EE.UU., Ad Reinhardt y a continuación Morris Louis, Frank Stella, Kenneth Noland, Larry Bell, todos ellos buscan la certidumbre y la seguridad por medio de la serie —en contraste con los pintores del expresionismo abstracto, que se proponían expresar la espontaneidad directa y súbita— (66). Ahora bien, en Warhol cambia el sentido de esa clase de operaciones seriales. Warhol actúa en una situación que Adorno definió como la de una percepción de la semejanza universal de todo lo producido en masa: «A la metáfora schopenhaueriana de la mercancía de fábrica de la Naturaleza se le toma la palabra. Hormigueantes rebaños de mellizos son preparados en la retorta; en la despierta cotidianidad irrumpe, con la más reciente fase del capitalismo, la pesadilla de una interminable generación de dobles, desde la sonrisa normalizada de la gracia que suministra la Charm School hasta la estandarizada consciencia de innumerables seres, los que discurren por las vías de la Communication Industry. El aquí y ahora de la experiencia espontánea, hace ya mucho tiempo corroída, se ve privado de poder: los humanos no son ya meros compradores de los productos en serie suministrados por los consorcios, sino que parecen haber sido producidos ellos mismos por el supremo poderío de aquéllos y privados de la individuación» (67).

Finalidad de la serie: «des-realización» del producto hecho en serie

A ello alude Warhol en sus obras; pero no, en modo alguno, afirmativamente. Las series que él crea sirven a la «des-realización», a la privación de la realidad de lo representado. Esa operación se consume por medio de la repetición. Es una reacción que la psicología de la forma (o de la estructura) puede explicar por manifestaciones de cansancio de la retina. La apercepción —y con ello la censura— del observador experimenta un descenso de intensidad. El ojo, una y otra vez, trata de orientarse de nuevo dentro de la composición. Ni un solo motivo por separado tiene fuerza suficiente para conseguir que la mirada se fije exclusivamente en él. Con ello se simula una constante posibilidad de elección. Se trata de efectos que hacen referencia al «optical art». El propio Warhol tituló entonces *Optical Car Crash*, 1962, a una de sus composiciones de catástrofes.

Algunas de las características principales del «optical art» —repetición, la repetición de modelos o muestras básicos, que estimula la percepción y le crea inseguridad— son aquí susceptibles de detección. Entre esas características figura también la renuncia a una «super-forma» que incluya y compendie esa especie de moléculas de la imagen. Las cabezas, las latas de conserva, los billetes de dólar, los automóviles..., se juntan para dar lugar a composiciones que, en lo formal, tienen menos que ver con Rauschenberg, Rosenquist o Wesselman que con Stella o Vasarely.

(64) Alessandro Conti, «Die Entwicklung des Künstlers» («La evolución del artista»). En Luciano Bellosi y otros autores, *Italianische Kunst (Arte Italiano)*, vol. I. Berlín, 1987, p. 118.

(65) Op. cit., p. 120.

(66) Véase a este propósito John Coplans, *Serial Imagery (Imágenes seriales)*. Pasadena, California, 1968.

(67) Theodor W. Adorno, «Aldous Huxley und die Utopie» («A. H. y la utopía»). En *Prismen. Kulturkritik und Gesellschaft (Prismas. Crítica de la cultura y sociedad)*. Frankfurt del Main, 1969, p. 113 s.

Alianzas formales variables

Gombrich llamó la atención sobre leyes relativas a la percepción y que resultan comprobables en las obras de Warhol. Para el reflejo de motivos acudiría Gombrich a las experiencias de que había tomado nota en su observación de los fenómenos del caleidoscopio. Y, a propósito de ello, viene a hablar de Warhol: «Los artistas "pop" han explotado hace poco ese efecto, con referencia directa a las tendencias despersonalizadoras de los medios de comunicación de masas. Se imprime un retrato en serie de Marilyn Monroe, y lo que debía representar a un ser individual, una persona, se convierte en mera cosa estereotipada, en ficha de juego. Individuo, a fin de cuentas, significa "indivisible"; pero la repetición nos induce a pasar por alto esta cualidad esencial. En lugar de concentrarnos en el retrato único y considerar atentamente sus rasgos, nos vemos seducidos a separar alguno de los elementos, ya sea un ojo, la boca, una sombra situada en cualquier parte, y fundir todo ello en un nuevo conjunto de formas y efectos, como en un caleidoscopio. Una serie de ojos continuamente repetidos no son ya los ojos de una persona determinada» (68).

Si contemplamos más de cerca las obras en que aparece varias veces un mismo motivo, comprobamos que los motivos individuales no están rigurosamente separados. No son cuadritos encajados en una retícula; en los márgenes se producen solapamientos que, por insignificantes que puedan ser, establecen la continuidad y, con ello, la contaminación de la imagen por la imagen. Esto da lugar a la interacción de los valores cromáticos y los valores formales. El ojo crea alianzas morfológicas, siempre nuevas, con los diversos elementos de la composición; ello conduce a una discriminación de la realidad misma que aquí se presenta. Un experimento tomado del ámbito lingüístico y que puede compararse asimismo con los juegos de imágenes, fílmicos y de palabras, de Warhol, muestra cómo esa «des-realización» puede dar lugar a lo enigmático y a la propia duda en los sistemas lingüísticos: «Si se intenta pronunciar cincuenta veces seguidas la palabra "Bedeutung" (significado), uno empezará a maravillarse al pensar de qué podrían servirnos, en definitiva, esos peregrinos sonidos. Una de las razones de tal experiencia es la descomposición de la imagen sonora en virtud de la repetición. En vez de las tres sílabas ("Be-deu-tung") en correcta sucesión, las oiremos también invertidas ("tung-be-deu"), lo cual, naturalmente, no tiene sentido. Buscar el orden quiere decir examinar diversas agrupaciones, como en el capítulo anterior hemos visto ya suficientemente. Este afán se adueñará de toda redundancia a costa del significado» (69).

El efecto hipnótico de la repetición

Entre las numerosas declaraciones de Warhol que describen ese efecto de extrañeza, citemos una que muestra cómo aquí –igual que en una centrifugadora– se separan significado y significante: «Yo he sido citado con frecuencia como autor de esta declaración: "Me gustan las cosas aburridas." Pues bien, sí, yo dije eso y ésa es mi opinión. Pero ello no quiere decir que esas cosas no me aburran... Al parecer, a la mayoría de las personas les gusta ver siempre las mismas cosas a condición de que los detalles sean diferentes. Pero a mí me pasa al revés. Cuando me siento a ver la misma historia que vi la noche anterior, mi deseo no es entonces que la cosa sea sustancialmente la misma, yo quiero que sea "exactamente" la misma. Porque cuanto más ves lo exactamente igual, tanto más a gusto y más vacío te sientes» (70).

Este efecto depende, de modo absoluto, de una decisión básica. Para alcanzar el grado de redundancia que llega a desconcertar, Warhol necesita limitarse a motivos simples. De éstos parte el efecto hipnótico. Semánticamente, los temas son todos sencillos: lo son los retratos –de una sola persona, no de grupo–, las representaciones de objetos aislados –no las naturalezas muertas previamente dispuestas y arregladas–, las situaciones captadas en un instante –jamás las que discurren de modo narrativo–.

(68) Ernst H. Gombrich, *Ornament und Kunst. Schmucktrieb und Ordnungssinn in der Psychologie des dekorativen Schaffens* (Ornamentación y Arte. Instinto ornamental y sentido del orden en la psicología del trabajo decorativo). Stuttgart, 1982, p. 163.

(69) Op. cit.

(70) *POPism*, p. 50.

La misma reducción de los temas encontramos también en los primerísimos filmes «non-motion» de Andy Warhol. Estos son, a menudo, enfoques fijos que alteran la noción del tiempo. Mínimos desplazamientos en la luz o en un movimiento son perceptibles aquí como resultado. Esto sucede merced a una fijación del consciente que va acrecentando poco a poco la capacidad de recepción. Por un lado, parece no ocurrir nada, da la impresión de haberse detenido el tiempo; por otro lado, toda modificación resulta dramatizada sobre ese trasfondo de tiempo detenido.

La pregunta de en qué se ocupó mayormente Warhol, tuvo respuesta por parte de Gerard Malanga, quien, en una ocasión, dijo lo siguiente: «Se ocupó de Marcel Duchamp, de Gertrude Stein, de la televisión, de filmes y de John Cage.» Andy Warhol, con seguridad, conoció el *Discurso sobre la Nada*, de John Cage, que éste pronunció por primera vez en 1949 y que fue publicado en 1959. Catorce veces repitió Cage este texto: «Cuando alguien tiene ganas de irse a dormir, debe irse a dormir.» Repeticiones, estructuras de redundancias, llevan, naturalmente, a Gertrude Stein y su formulación en círculo «Rose is a rose is a rose is a rose» («Rosa es una rosa es una rosa es una rosa»).

Material lingüístico reducido e invariable; material gráfico reducido e invariable en las representaciones «aditivas» de Warhol. Las estructuras son susceptibles de comparación pero funcionan de modo diferente. Gertrude Stein definía con ello no la repetición de una cosa que permanece invariable, sino un «perpetuum mobile» lingüístico que, detrás de una presunta homonimia, agrega una serie de significados diversos. Mediante la iteración de la palabra, descompone ésta en sus múltiples estratos de significado situados en yuxtaposición. Gertrude Stein hace, así, lo contrario de lo que Warhol presenta como demostración. El «es» («is») con que Gertrude Stein enlaza sus rosas responde, en el fondo, a un signo de adición (+).

En el caso de Warhol, por el contrario, podríamos hablar de una adición que permanece siempre en el uno. La abundancia se produce sólo cuantitativamente. Como permite ver nuestra experiencia con estas imágenes —y Gombrich, con razón, se ha referido a ello—, no conseguimos fijar un motivo individual ni separado. La imagen, la representación, funciona como un todo, como un «cuadrado mágico» o como uno de los famosos «cubos literarios» practicados desde la antigüedad y tan queridos en el Manierismo; son combinaciones de formas o de números que, de cualquier modo en que las leamos o las sumemos, dan como resultado la misma palabra o la misma suma.

La repetición como expresión de la angustia vital

Nos hemos aproximado a la obra de Andy Warhol, hemos mencionado los presupuestos del hecho de que a finales de la década de los cincuenta aflorase en EE.UU. un tipo de pintura que volvió la mirada hacia los motivos de lo cotidiano —dicho más exactamente, hacia las informaciones sobre lo cotidiano proporcionadas por los medios de comunicación social y por la publicidad—. Hemos hablado de los temas de Warhol y también de su técnica, que refleja el ámbito de su vida y la organización imperante en la «factoría». La ojeada a las imágenes de repetición presentó la diferencia respecto de los artistas del mundo del «pop», con quienes gusta de citársele como si fuera, sin distinguos, uno de ellos.

Para terminar —y partiendo de las observaciones a que da lugar la estructura de sus trabajos—, planteemos la pregunta por la que se esconde detrás de la tantas veces fingida superficie. Si bien notamos que el mensaje de Warhol consiste, en gran medida, en subrayar con absurdos gestos y patrones de comportamiento la incapacidad para la explicación, es cierto que hallamos suficientes referencias que muestran cómo la indiferencia de Warhol no es más que un disfraz. En el motivo principal, la repetición, hallamos, no en último término, la angustia vital. A propósito de ello existen muchas manifestaciones; la mayor parte de éstas se ocultan detrás de originales formulaciones: «Yo vivo realmente para el futuro. Cuando tengo una caja de caramelos no puedo esperar, en absoluto, a chupar el último de ellos. De los demás, lo que disfruto es poco menos que nada; sencillamente, no quiero otra cosa que acabar de una vez y tirar la caja para no tener que pensar ya en ella» (71).

(71) Andy Warhol. En *Andy Warhol. Bilder 1961-1981* (A. W. Obras pictóricas, 1961-1981), loc. cit., p. 27.

Con lo dicho armonizan también los muchos gatos de Andy Warhol, todos los cuales llevan el mismo nombre, Sam: «Mi vivienda tenía cuatro pisos, además de una sala de estar, en la planta baja, donde estuvo la cocina y donde vivía mi madre con una gran cantidad de gatos que todos se llamaban Sam» (72). Esto es más que un simple «gag»; esto, por el contrario, tiene que ver con las garantías de felicidad, calculadas por lógica matemática, que nos presenta Samuel Beckett en *Watt* con la obsesión de Mr. Knott: la de que un día no puede haber ya perro alguno que lama los desperdicios que, de modo irregular, van a parar a la olla de Mr. Knott. Para ello, éste mantiene a una familia Lynch, la cual sólo debe ocuparse de que detrás de ese perro hambriento –perro que alguna vez pudiera faltar– aguarden, como reserva, otros perros hambrientos. Y para el caso de que la familia Lynch, en conjunto, fallara en el cumplimiento de su cometido, Mr. Knott cuenta con otra «afortunada familia Lynch», y a continuación de ésta dispone de otras «afortunadas familias Lynch», y así sucesivamente, sin final.

En los textos de Warhol encontramos referencias a la sensación de mareo de la reflexión lógica. Acudamos a una cita sacada de *América*, último libro del artista: «Entre las mejores cosas de las ciudades americanas, cuenta hoy no el tener enormes cantidades de dinero, sino tal estilo de vida que eres admitido en cualquier sitio sin costo alguno. Fiestas gratis, bebidas gratis, comidas gratis...; sólo necesitas poseer la adecuada presencia, la indumentaria adecuada, y debes ir limpio. Esto último es lo más importante, y, he aquí algo curioso, la gente a la que más falta le hace esa existencia gratuita –la gente que vive en la calle– no reúne ninguna de esas condiciones. Esto es un círculo vicioso, pues cuanto más tiempo está la gente en la calle, tanto más desarrapada y sucia es su presencia exterior y tanto menos ocasión tiene de hallar trabajo. Y, efectivamente, no encuentran ya un sitio donde poder alojarse; y se vuelven tan sucios porque ni siquiera tienen un sitio donde poder ducharse; y empiezan a oler mal aunque se laven donde les sea posible. Y cuando se ha llegado a que esa gente alcance tal punto, entonces se la arroja de los lavabos donde, de cuando en cuando, se lavaba; por ejemplo, en los grandes almacenes de categoría. Luego, estos seres cambian de rumbo y se van a las bibliotecas públicas, pero a los pocos meses huelen ya demasiado mal hasta para las bibliotecas, y entonces les quedan sólo las estaciones de autobuses y las de trenes; y una vez que arriban allí han alcanzado el punto más bajo de todos» (73).

Superación del carácter de mercancía

Aquí volvemos a encontrarnos con esa exaltación matemática que hace abstruso a un mundo incomprensible a fuerza de recontar y reflexionar lógicamente. Una sensación de mareo, provocada por la interminable adición, la paulatina modificación y el cálculo detallado de las probabilidades, viene a apoderarse de nosotros. Warhol, que despeña también el mundo de las cosas cotidianas hasta el fondo de ese abismo abierto por la lógica, lleva a cabo lo que de continuo se le niega a su arte: la transgresión del objeto de la obra pictórica. En ello se muestra que la estructura warholiana de la repetición da lugar al desgaste del valor de utilidad y del carácter de mercancía. La repetición roe materialmente la obra aislada. Warhol logra así captar en algunos trabajos inolvidables el desconsuelo de la repetición, la destrucción de la expresión, a causa de la sobre-información, y del disfrute, a causa del consumo.

La indiferencia como fórmula de protección

No hay artista de esta generación del que sepamos más, cuya vida haya sido registrada día a día de modo más pormenorizado, ni que personalmente se haya expresado acerca de sí mismo con mayor brillantez y de forma más discursiva en conversaciones, en entrevistas y en escritos autobiográficos. Como Duchamp, era la amabilidad en persona, su cortesía era extrema; y, sin embargo, se distinguía por su notable reserva en todo cuanto decía de sí mismo. Ciertamente, con ello encubría un gran recelo a entregarse a los demás: «Sigo preocupándome todavía por la gente; pero aunque sería mucho más sencillo no hacerlo..., es tan difícil hacerlo... Yo no quiero verme tan

(72) *POPism*, p. 5.

(73) *América*, p. 14 ss.

realizado en la vida de otras gentes... No quiero acercarme demasiado... No quiero tocar las cosas..., por eso mi obra está tan distante de mí» (74).

Muchas de sus manifestaciones tienen algo de fórmulas de protección. En ello se quiso incluir todo lo que denota indiferencia. La indiferencia forma parte del intento de separarse de la realidad social que reflejaba su proceso de trabajo. Muchas cosas delataban, inequívocamente, melancolía. No en último término, el célebre autorretrato con la cara en sombra, en el que —como si recurriera a una larga tradición en la representación de la melancolía— aparece con la cabeza apoyada en la mano. Y su misma manera de trabajar —con música, rodeado de gente—, ¿no era también una repetición de las prácticas que encontramos ya en los antiguos tratados y que muestran el modo de combatir la acedia? (75). Un vistazo a las fotografías que captan la actividad en la «factory» es definitoria a ese respecto. Vemos siempre allí a un excluido dentro del propio espacio vital. De ese grupo emana algo que aísla; ese grupo se nos aparece como una vana pieza móvil de decorado para una vida cuyo propósito fue poner aquí en escena una seguridad intersubjetiva.

La confesión de Andy Warhol «Me hice cargo de que todo cuanto hago guarda relación con la muerte» (76) subraya lo dicho. No hay otra declaración de Warhol capaz de precisar con tanta fuerza lo que su obra, su recurso a la omnipresencia y su existencia de ebriedad, aspiraban a lograr en el grupo. Esto va más allá de todo cuanto se argumentó para hacer la exégesis de Warhol y del «pop». Lo que está en el punto central no es el juego con los clichés, juego que seguramente ha producido las más intensas figuraciones del cliché debidas a Warhol, ni tampoco está en el punto central la crítica del comportamiento consumista; lo que ocupa ese punto es la ironización de la credulidad. En tal punto está la búsqueda de una transgresión, la transgresión, precisamente, de lo que se abalanza sobre nosotros de modo material, ilimitado, repetible, opresor. Las «stars» y los productos de fábrica son expresión de ello. No en último término, el mito Marilyn, un mito que vivió de la muerte. Lo que empujó a Marilyn Monroe a la muerte fue, ni más ni menos, ese beso del mundo entero que Warhol representó de manera inolvidable, su obligación —la de la «estrella»— de permanecer, de una vez y para siempre, en calidad de marca registrada. Richard Lindner lo resumió con crudeza: «Fue una víctima de Hollywood. Un símbolo de la obsesión que allí constituyen la muerte y el sexo. Hicieron de ella una muchachita y luego la guardaron en el frigorífico» (77). Sólo esa prohibición absoluta de emanciparse de la casita de muñecas de la Nación pudo crear la ficción de la inmortalidad que encontramos también en el ceremonial de la «factory», en el «happening» y en el culto a la juventud que son propios de esa época.

El dualismo de la vida colectiva

También aquí, la mirada que dirigimos a la «factoría» inaugura la vida en común, abre un acceso. La búsqueda de una forma intensificada de vida se expresaba en la vida colectiva que Warhol necesitó siempre como contraposición a la propia retirada de la existencia de grupo. Intensificación de la vida, huida del mundo de la banal reproducción que él expresa en algunos de sus más vigorosos «incunables» del hábito consumista y del terror de los medios de comunicación social. Las prácticas de la convivencia socavan esa realidad. Chocan entre sí la necesidad de protección y una «heroización» del momento típica de los años sesenta y que parece ser alcanzable por medio de prácticas físico-sexuales: «Los “tipos” de la anfetamina creían que uno tenía que arrojarse a todos los extremos: canta hasta asfixiarte, baila hasta caer desfallecido, cepilla tus cabellos hasta dislocarte el brazo» (78).

El fantasma de la inmortalidad

Todo sigue estando referido al momento de la vivencia... Los filmes que rueda Warhol captan el tiempo real; tratan de retardar la duración del instante, a tal punto que éste se concrete en una ilusión de eternidad. Si los surrealistas,

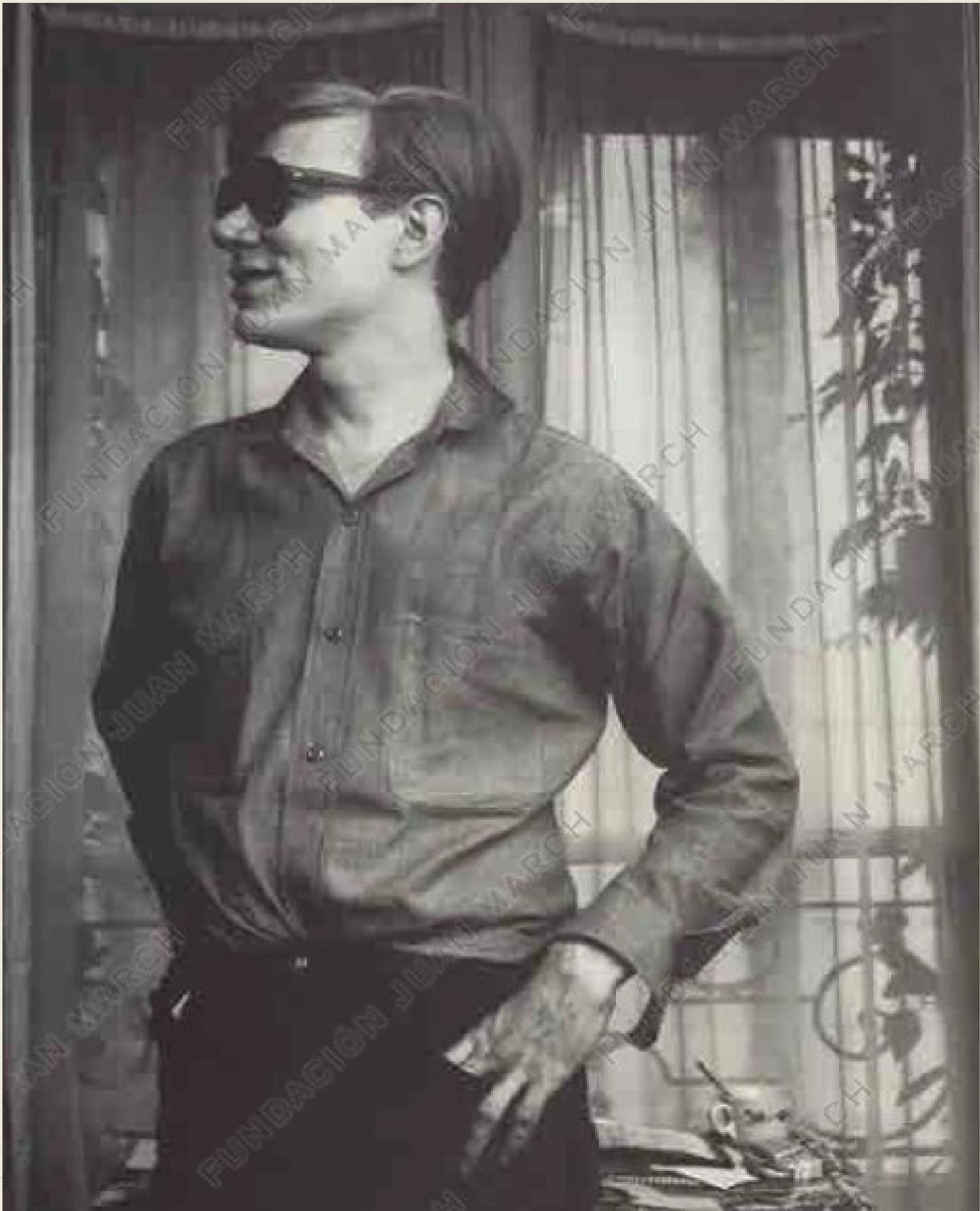
(74) Citado según Bernhard Kerber, *Amerikanische Kunst seit 1945 (Arte norteamericano desde 1945)*. Stuttgart, 1971, p. 130.

(75) Erwin Panofsky, *The Life and Art of Albrecht Dürer (Vida y arte de Alberto Durero)*. Princeton, Nueva Jersey, 1955, p. 159 ss.

(76) En Andy Warhol, *Ein Buch zur Ausstellung 1978 im Kunsthaus Zürich (A. W. Un libro acerca de la Exposición de 1978 en la Casa del Arte, Zurich)*, Zurich, 1978, p. 106.

(77) Conversación con el autor.

(78) *POPism*, p. 64.



Warhol, Paris 1964.



Warhol con Joseph Beuys, 1979.

a principios de la década de los veinte, dieron preferencia a los estados de somnolencia o al sueño profundo, e inscribieron con ello en su programa, como valor añadido, lo arcano de los ensueños –desconociendo la teoría freudiana de estos últimos–, la embriaguez vital del grupo de Warhol niega precisamente, por el contrario, el sueño en cuanto acción de dormir. Uno de los documentos más asombrosos a tal respecto nos lo suministra el primer film de 16 mm. realizado por Warhol, el titulado *Sleep (Sueño)* –seis horas de duración, blanco y negro, mudo, 16 fotogramas de fase por segundo, producido en julio de 1963, estrenado el 17 de enero de 1964, por la Film-Makers' Cooperative en el Gramery Arts Theater (79)–. La película, que, como queda dicho, se proyecta con una velocidad de 16 fotogramas por segundo, estira el tiempo, dilata la más costosa materia prima con que opera Warhol. Al igual que éste presenta más tarde, en la serie *Endangered Species*, 1983, la existencia de los animales amenazados, cabe decir que Warhol reproduce un raro comportamiento amenazado por el riesgo de la desaparición: el dormir. El dormir estaba pasado de moda... El mundo de la «factoría», atiborrado de productos estimulantes, no quería renunciar ni a un solo momento del estado de vigilia: «Al verlos a todos constantemente en pie, me vino la idea de que el dormir estaba empezando a resultar bastante pasado de moda, y por eso me decidí a hacer enseguida un film con una persona durmiendo. *Sleep* fue la primera película que realicé con mi nueva Bolex de 16 milímetros» (80).

[79] Jonas Mekas, «Filmographie». En *Andy Warhol. Ein Buch zur Ausstellung 1978 im Kunsthaus Zürich* (A. W. Un libro acerca de la Exposición de 1978 en la Casa del Arte, Zürich), loc. cit., p. 197.

[80] *POPism*, p. 33.

Los del grupo tomaron sus modelos ejemplares de la estrella que se hallaba dispuesta a ofrendarlo todo al momento inmediato, al que estaba viviéndose: «Sin embargo, a quien más querían ellos era a María Callas. Siempre hablaban de lo formidable que les parecía que se destrozara la voz y no mantuviera nada en reserva, y que no ahorrara para el día de mañana» (81).

Los mejores trabajos que Warhol, desde el principio, realiza y repite, tienen algo de disipado y libertino. Sirven para romper la trivialidad y lo logran en una búsqueda, frecuentemente orgiástica, del colorido sensual, un colorido que se independiza del objeto. A sabiendas, el colorista Warhol pretende ser innovador; va en busca de nuevos acordes. Son invenciones cromáticas como las que en la parte final de la *Space Odyssee (Odisea del Espacio)*, de Kubrick, conducen más allá de toda conocida vivencia sensitiva del color. Detrás de esas invenciones está la visión de una época cuyos gabinetes de las maravillas consistían en la obra psicodélica de arte total, en los clubes y en los «happenings». Algo de ceremonial y litúrgico acompaña a todo esto. Las referencias que nos dan cuenta de la vida en la «factoría», ese paraíso artificial por excelencia, hablan de aquello. La relación con la muerte, hecho al que alude Warhol, no adquiere hasta aquí su verdadero carácter radical; es la misma relación que puede encontrarse en el entorno del surrealismo, el cual se colocó bajo la divisa moral de Sade: «No existe mejor medio de familiarizarse con la muerte que vincularla a la idea del libertinaje.»

Efecto, publicidad, culto a la estrella: en este parámetro se inscribe la actividad de Warhol. Es el parámetro de nuestro tiempo. Las imágenes de Warhol juegan con el fantasma de la inmortalidad, un fantasma que la reencarnación industrial y la existencia en serie logran introducir en la vida (82). La posibilidad del suministro regular y proporcionado de objetos, y de estrellas que a golpe de cincel han sido transformadas en objetos, sustituye a lo usado y gastado, de tal modo que hace desaparecer todo recuerdo de lo sustituido, que hace comparecer ante el ser humano la propia «a-sincronicidad» con el mundo de sus productos (83). No hay mejor ejemplo de ello que lo que, después de la muerte de Warhol, trajo a modo de réquiem su propia revista *Inter/View*, la cual sirve en cada número al culto de la ficticia inmortalidad de los productos y a los cuerpos que a ese culto se encuentran ligados: la publicación ofreció un retrato del artista por Julian Schnabel, y al lado una consigna publicitaria de Warhol, *Absolute Vodka*; una línea más abajo ponía: *Absolute Warhol*.

WERNER SPIES

(81) *POPism*, p. 64.

(82) Günther Anders, *Die Antiquiertheit des Menschen. Band I. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution (Lo anticuado del ser humano. Tomo I. Acerca del alma en la época de la segunda revolución industrial)*. Munich, 1956, p. 51.

(83) Op. cit., p. 16.



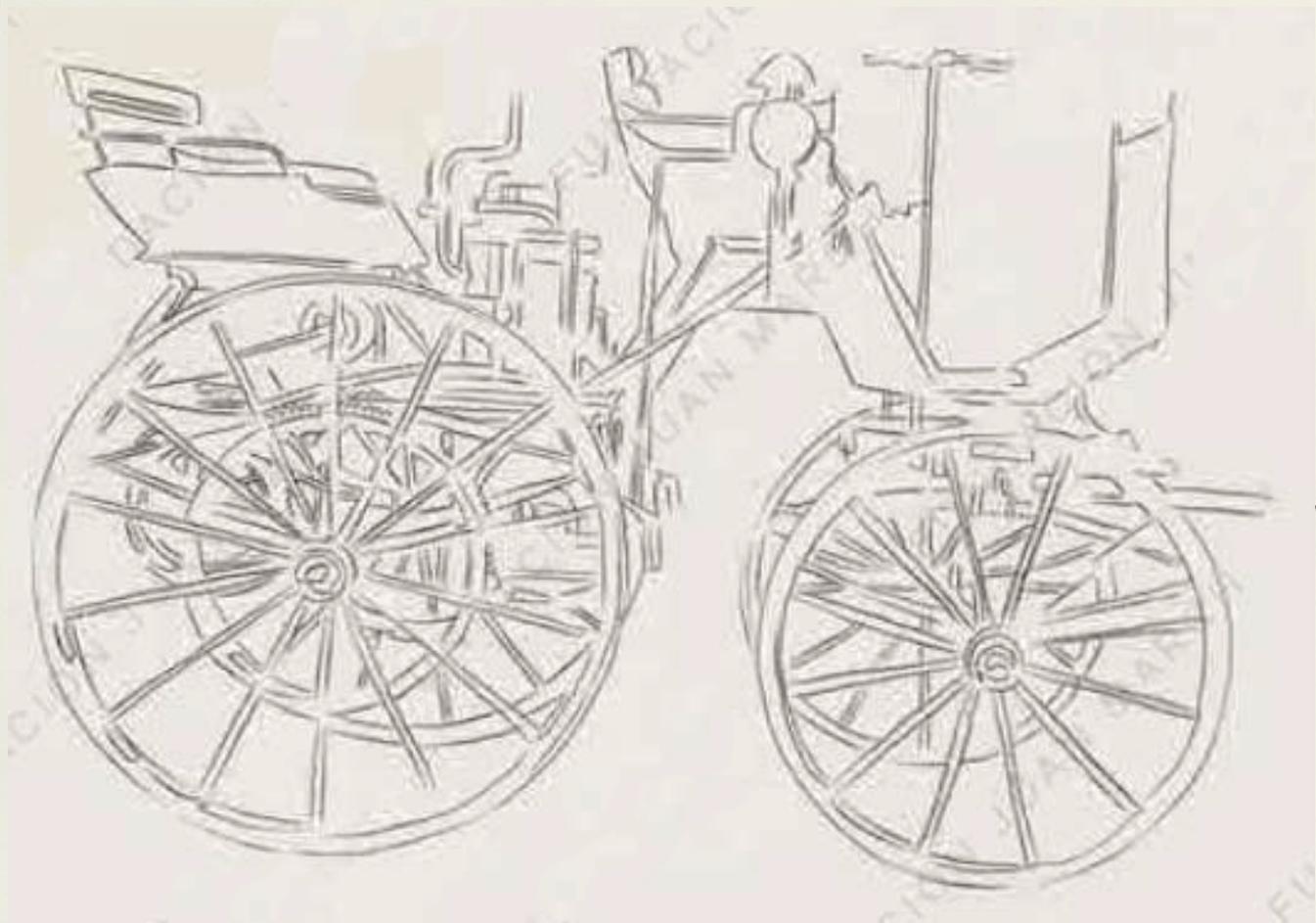
Factoría de Warhol, 19 East 32nd Street, Nueva York, octubre 1987.

C O C H E S

C O C H E S

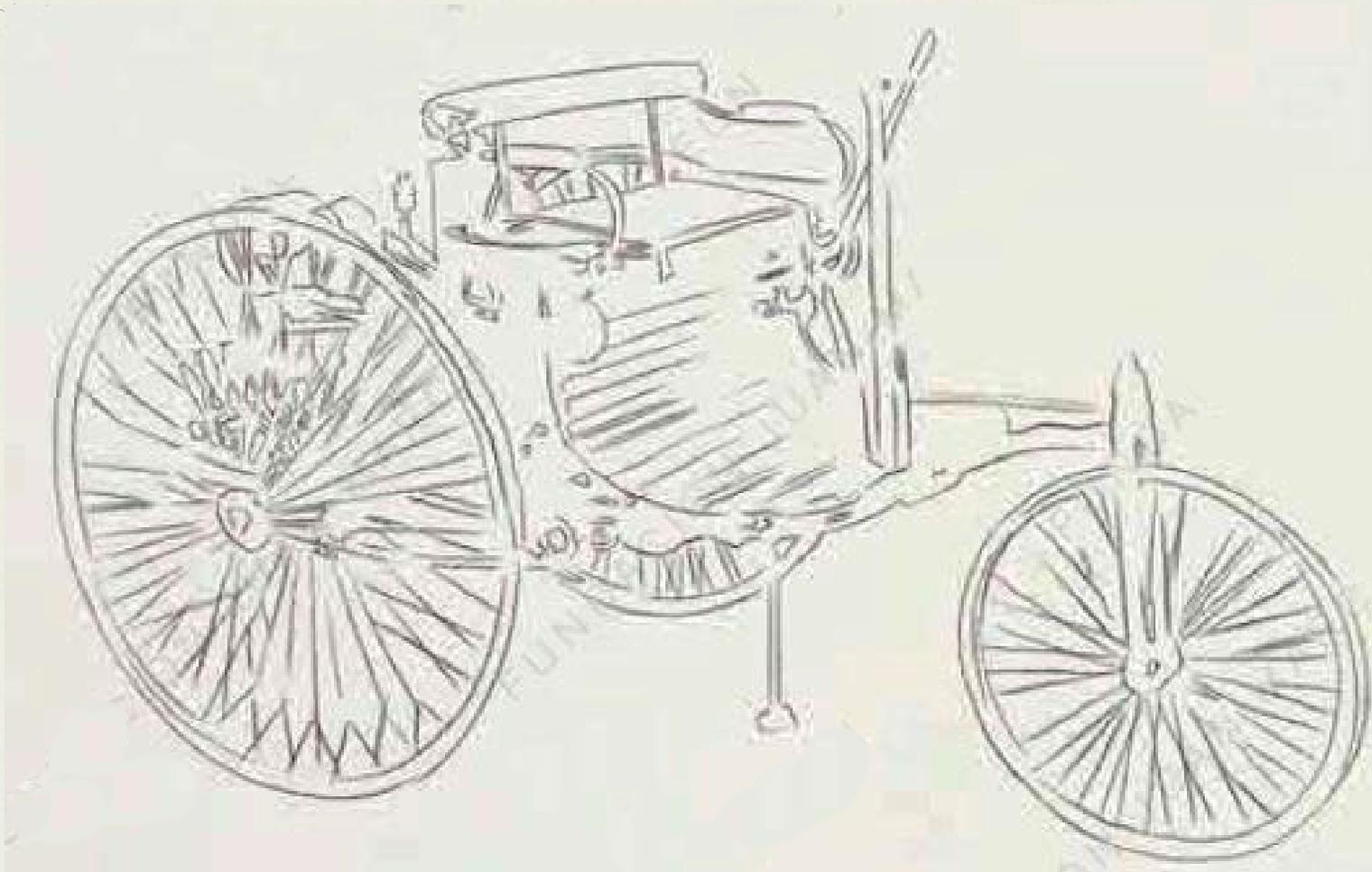
C O C H E S

C O C H E S



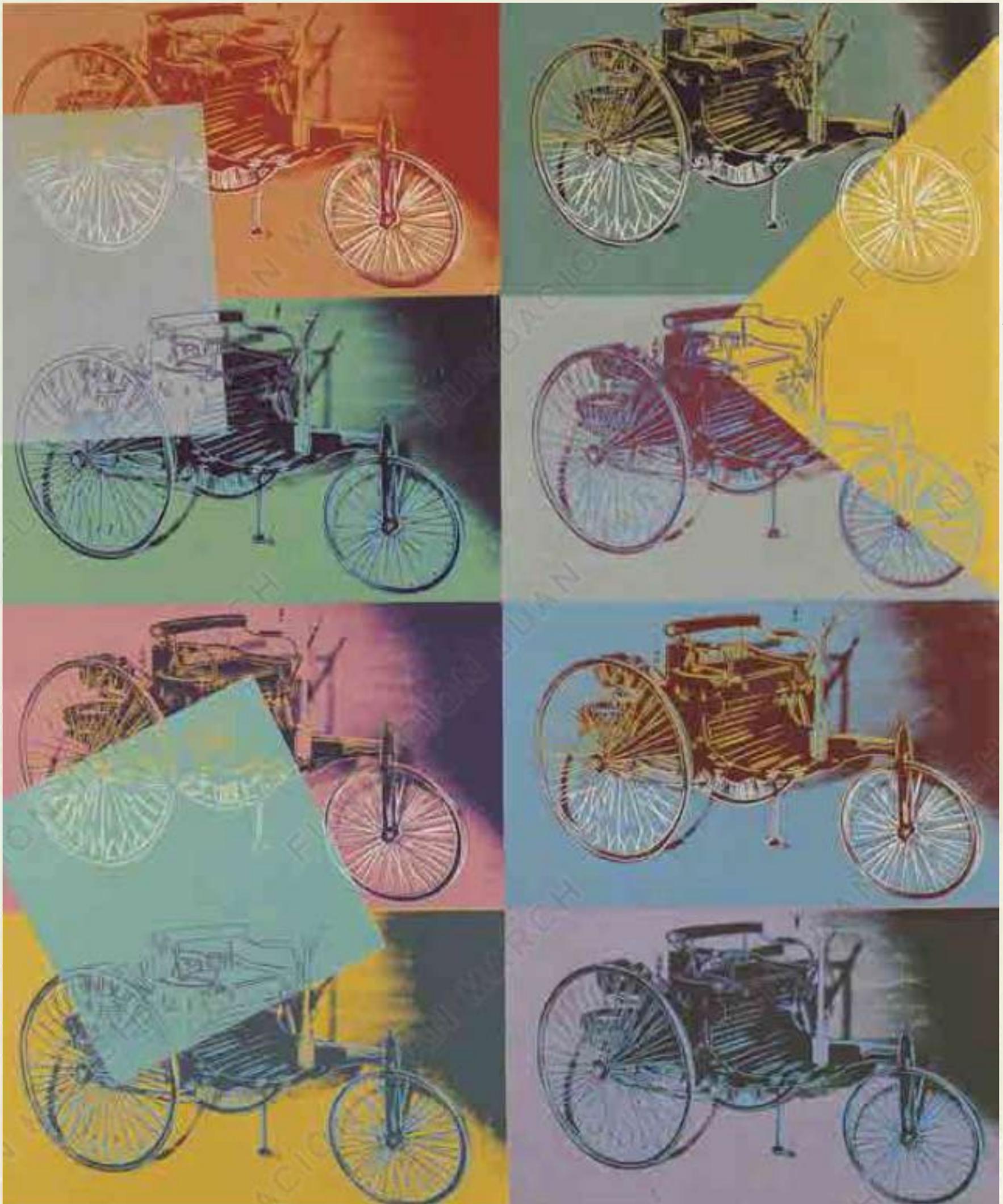
N.º 39.

Fundación Juan March



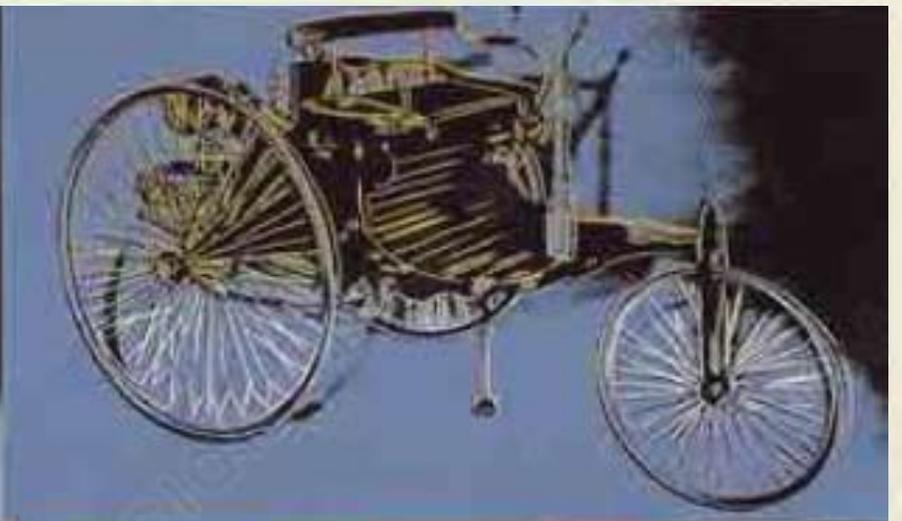
N.º 37.

Fundación Juan March



N.º 3.

Fundación Juan March



N.º 4.

Fundación Juan March



N.º 1.

Fundación Juan March



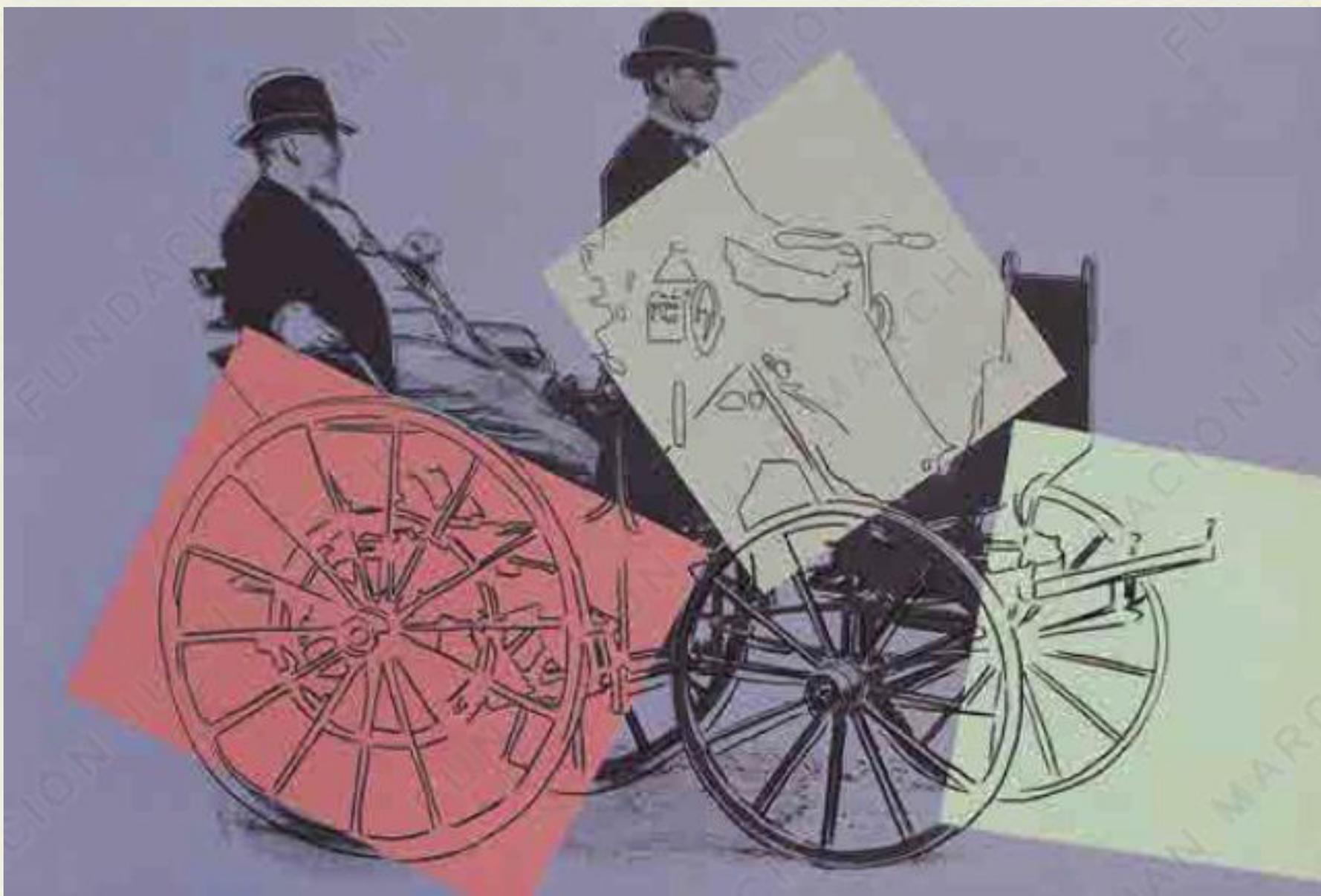
N.º 2.

Fundación Juan March

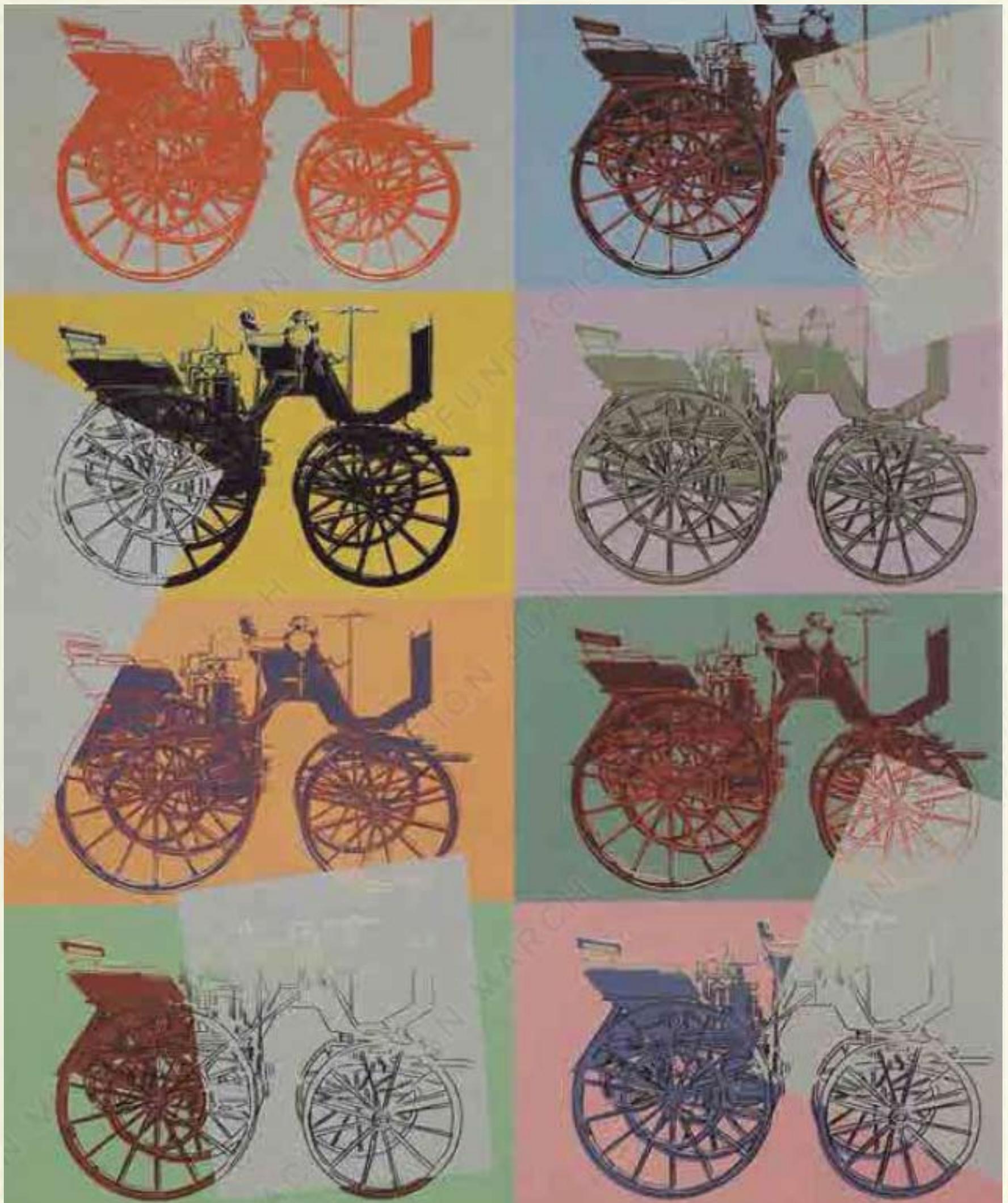


N.º 5.

Fundación Juan March

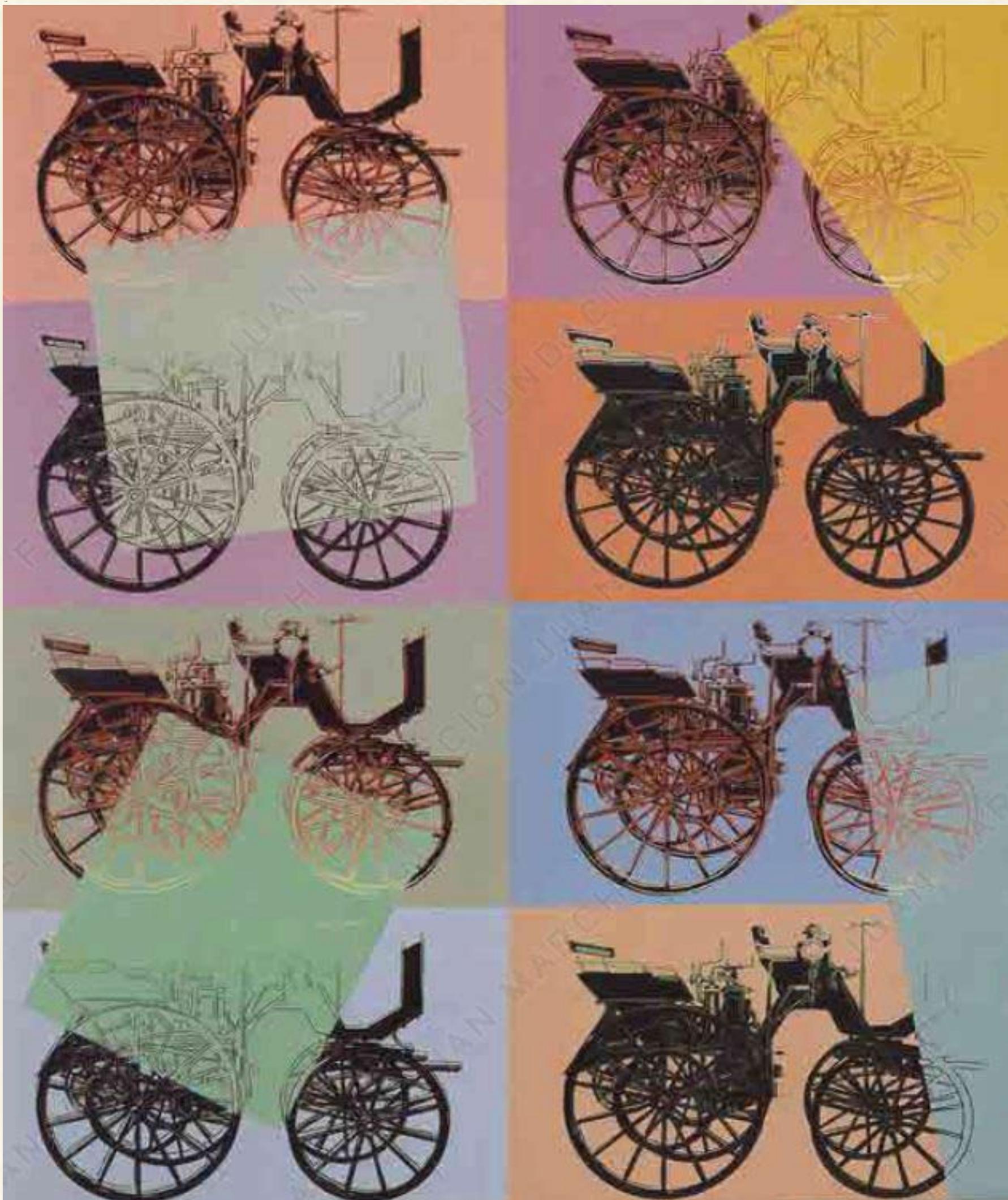


N.º 6.



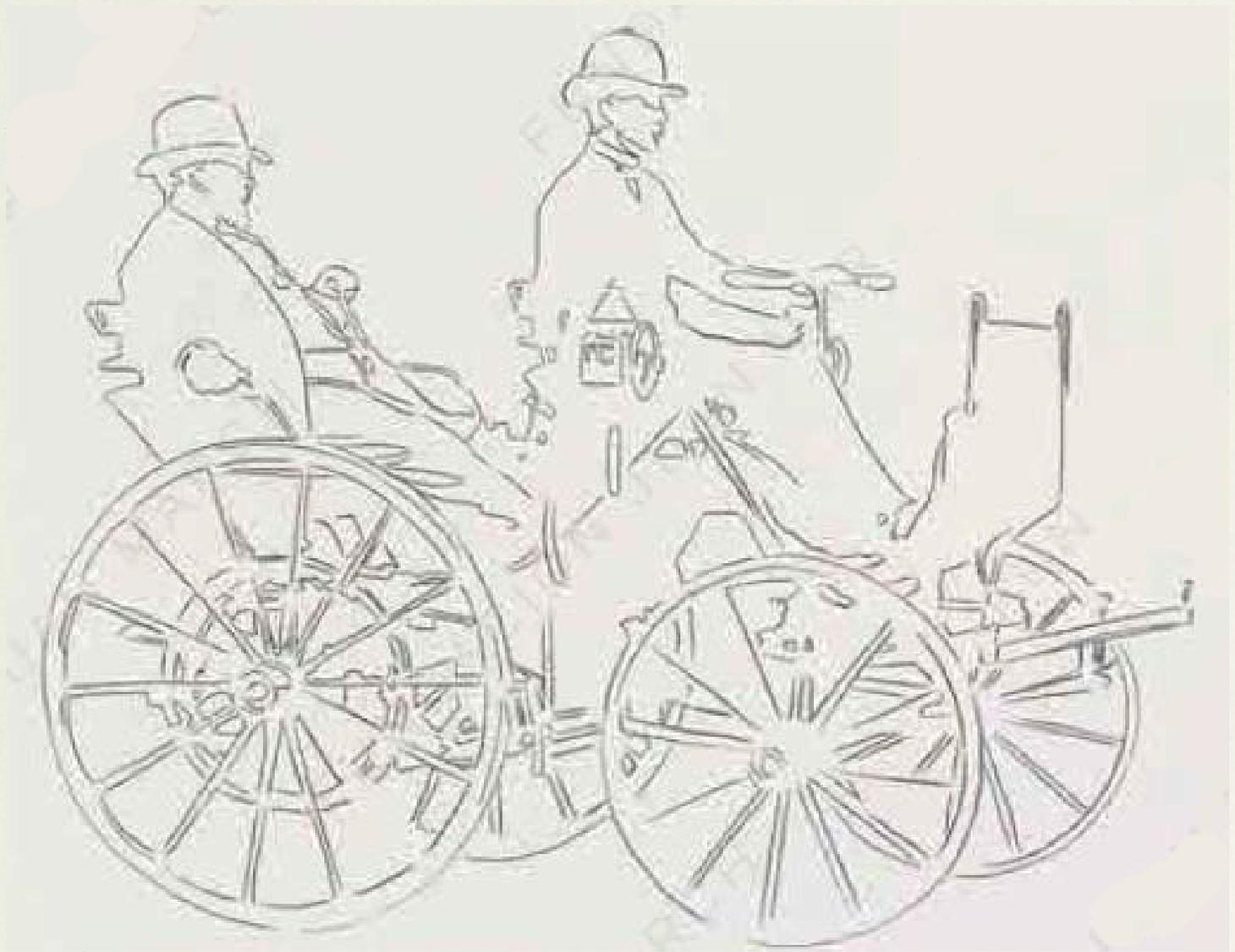
N.º 7.

Fundación Juan March



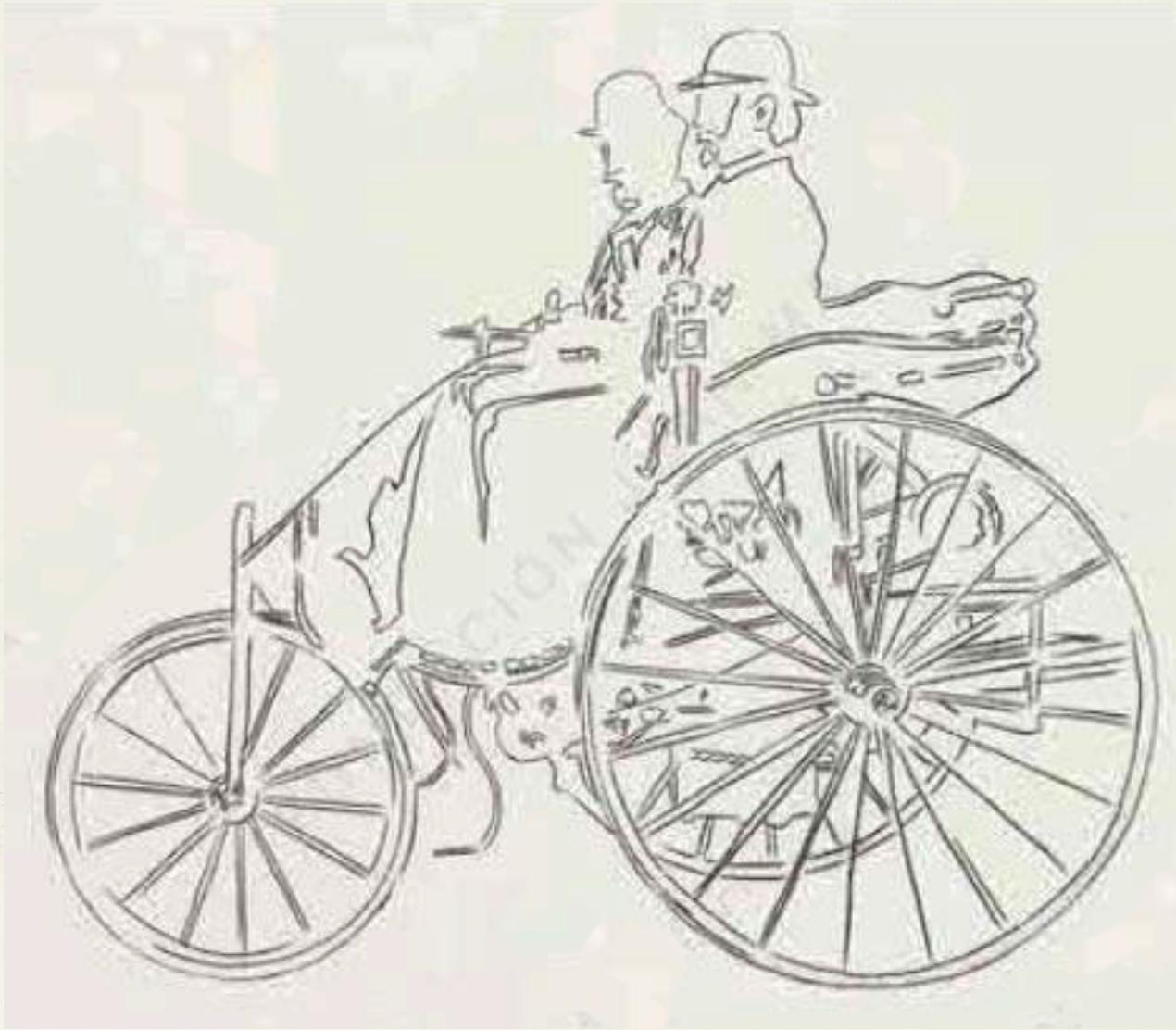
N.º 8.

Fundación Juan March



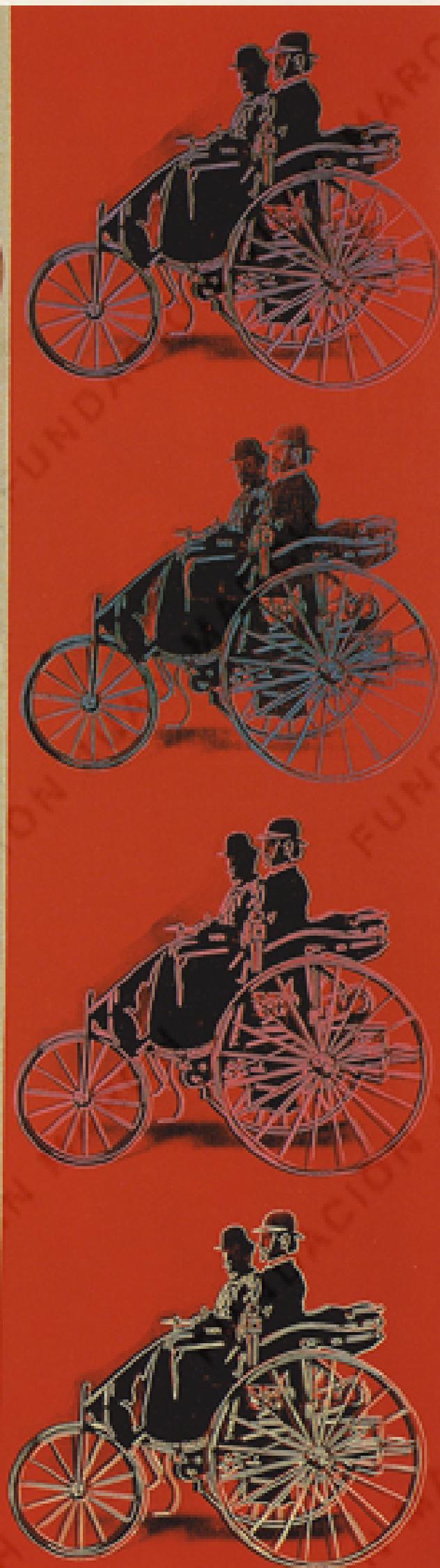
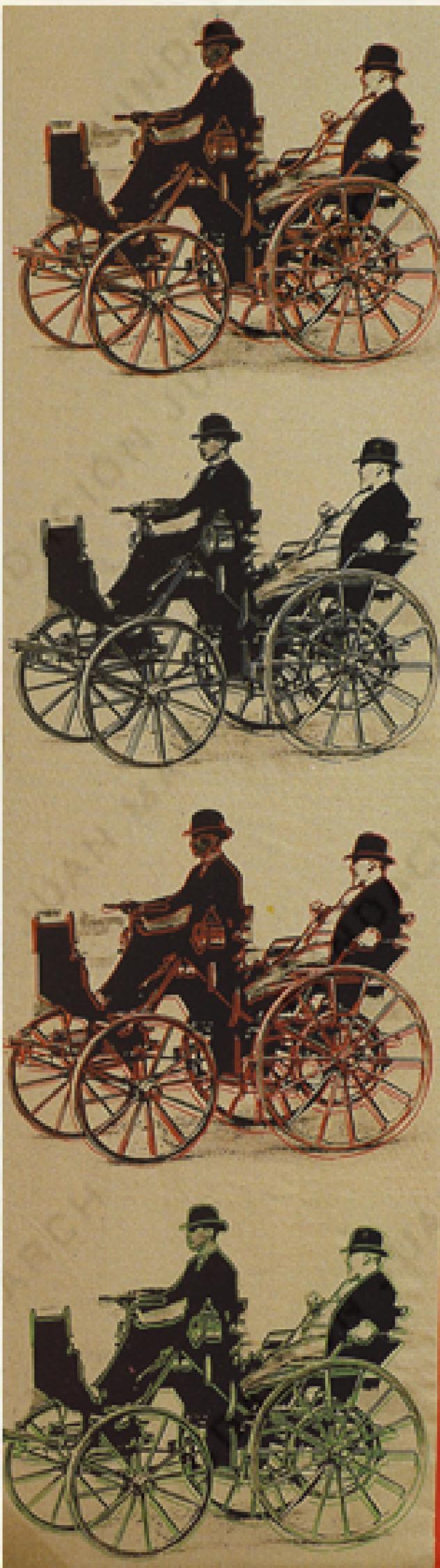
N.º 38.

Fundación Juan March



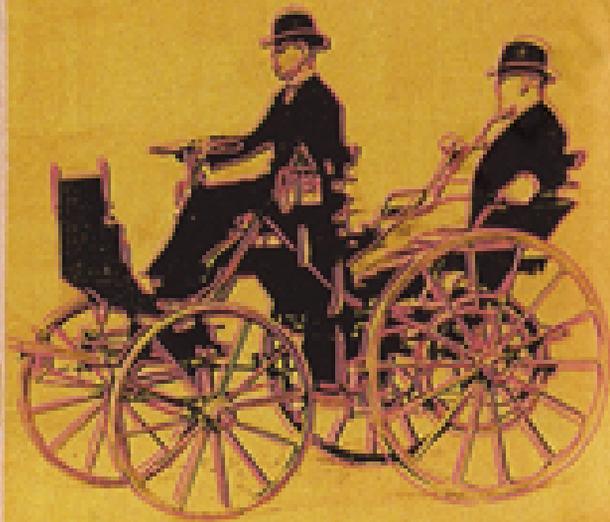
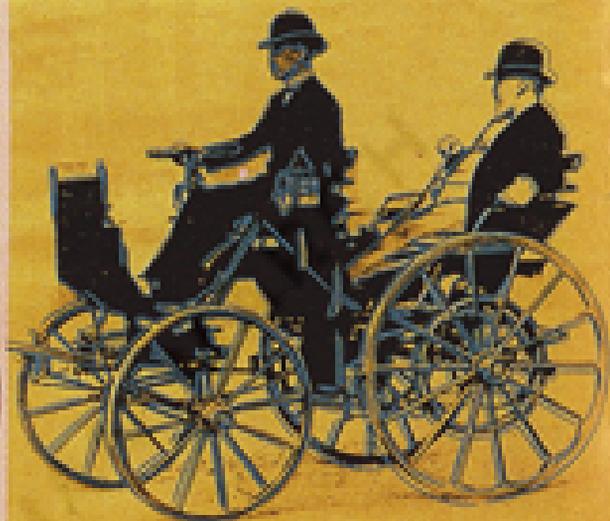
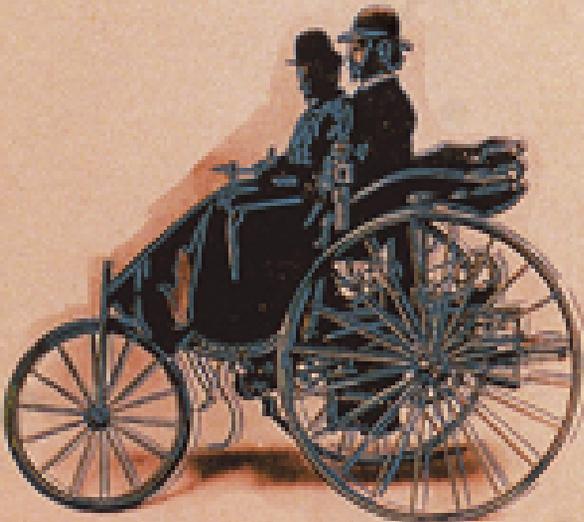
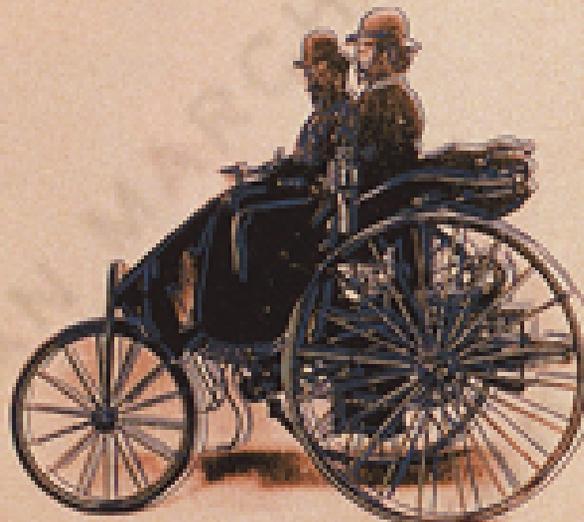
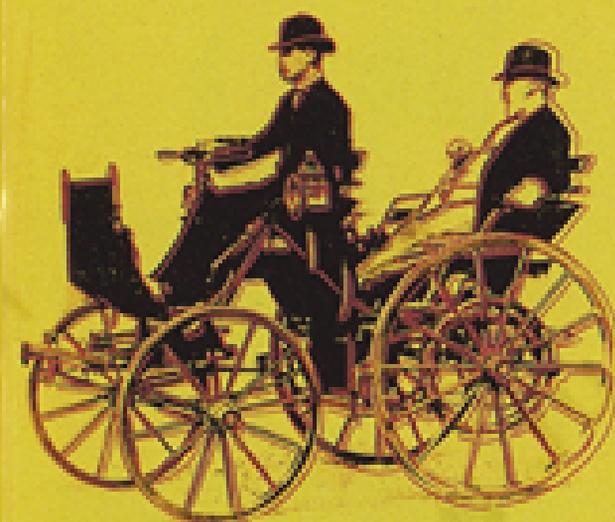
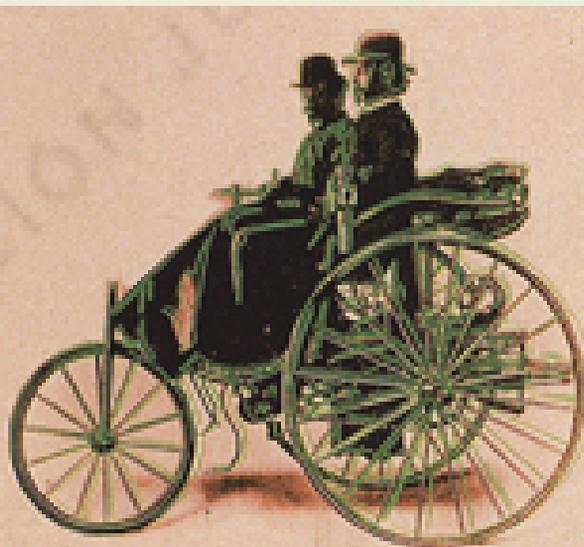
N.º 36.

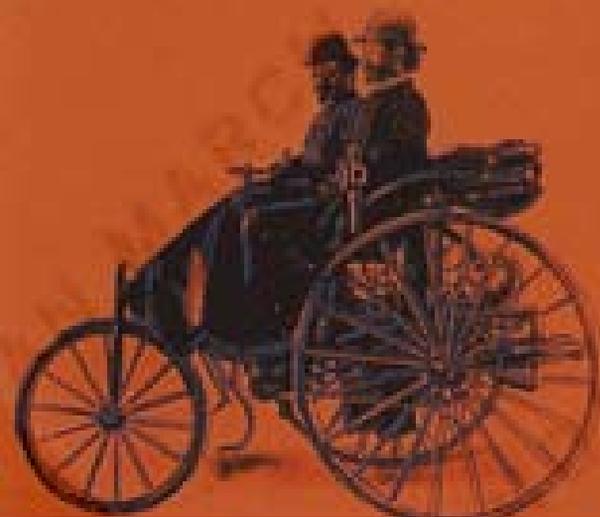
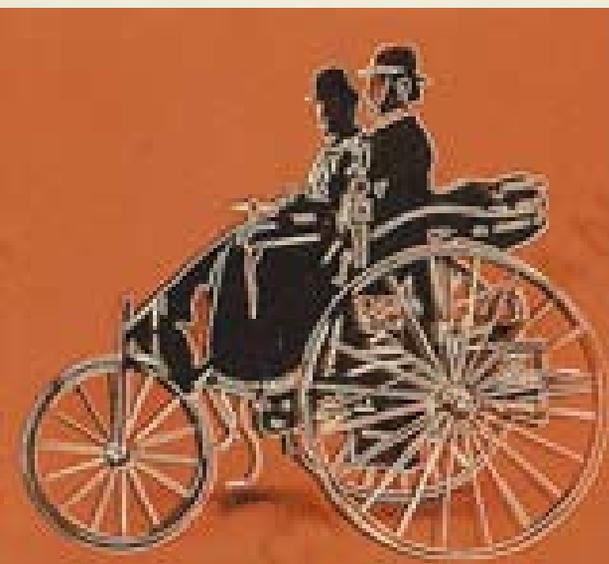
Fundación Juan March

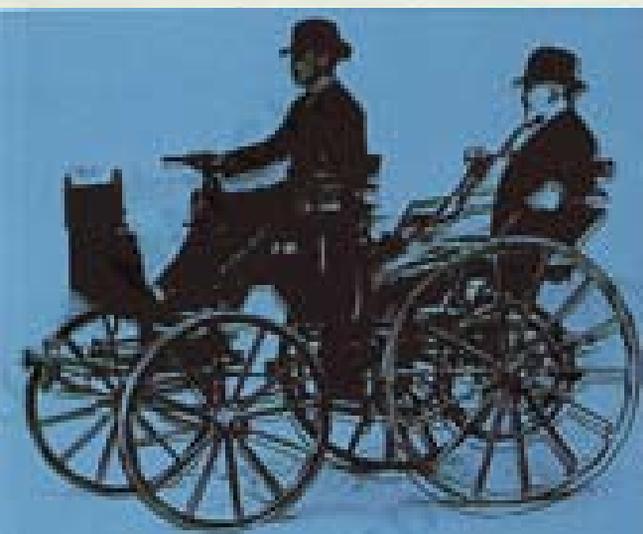


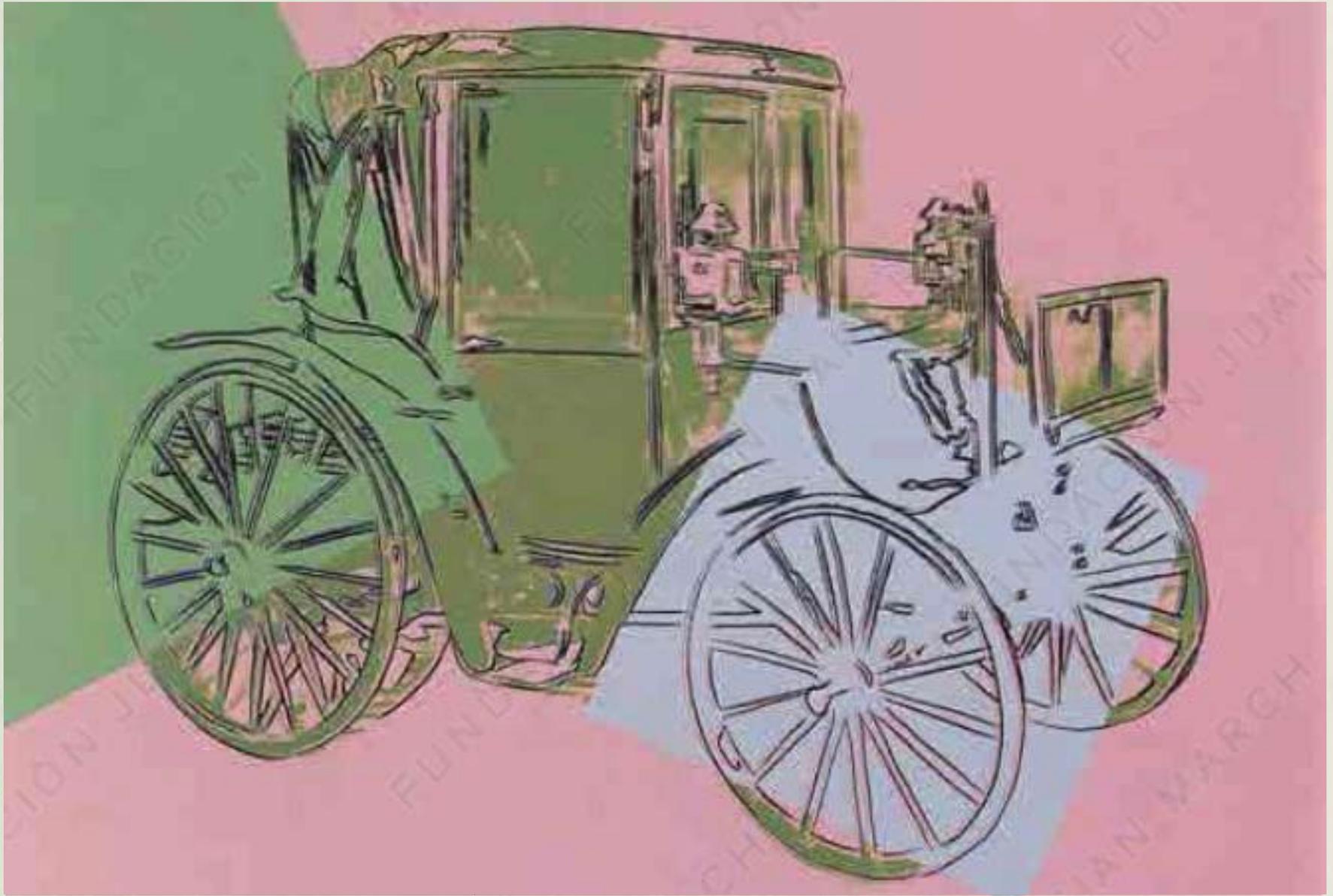
N.º 9.

Fundación Juan March



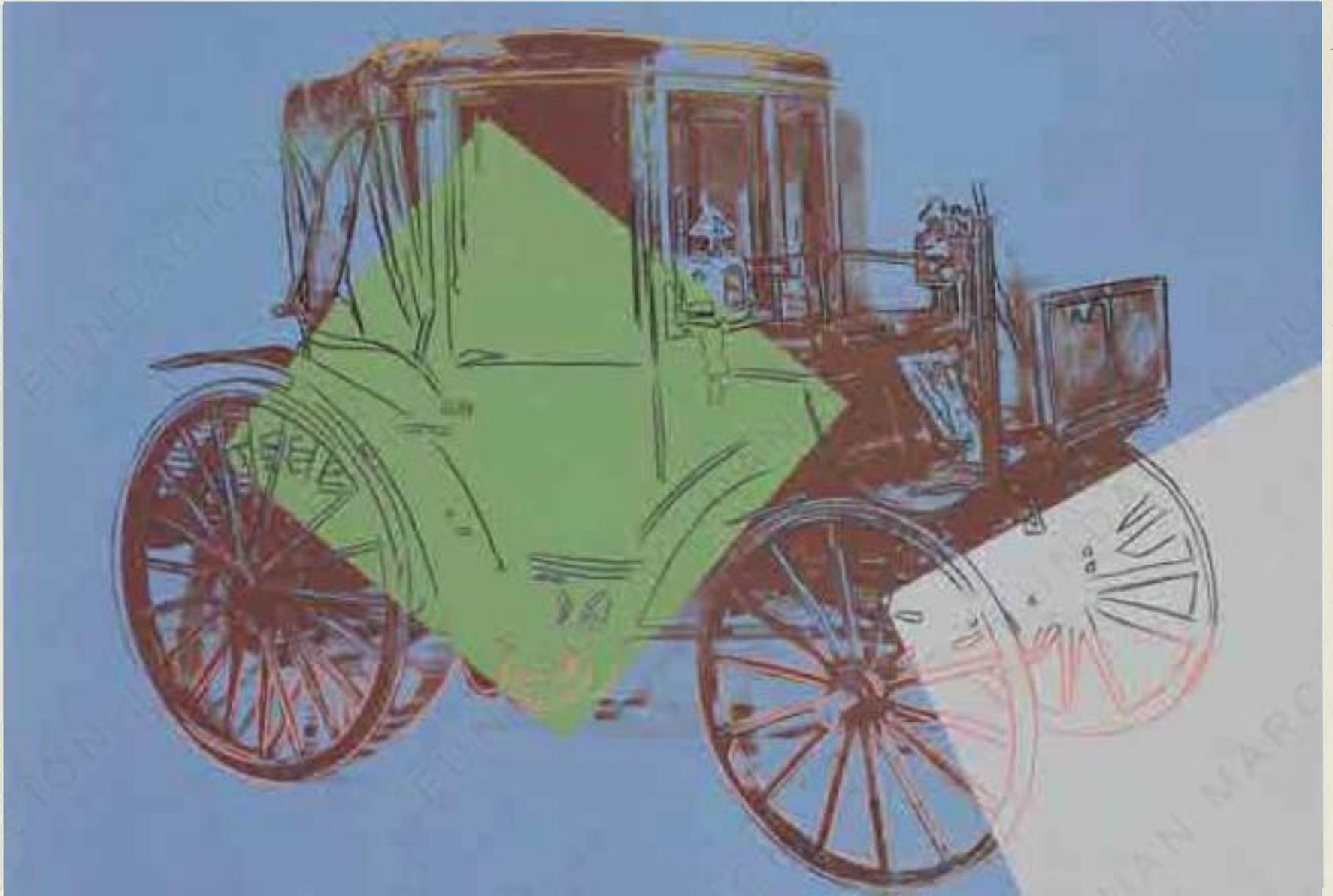






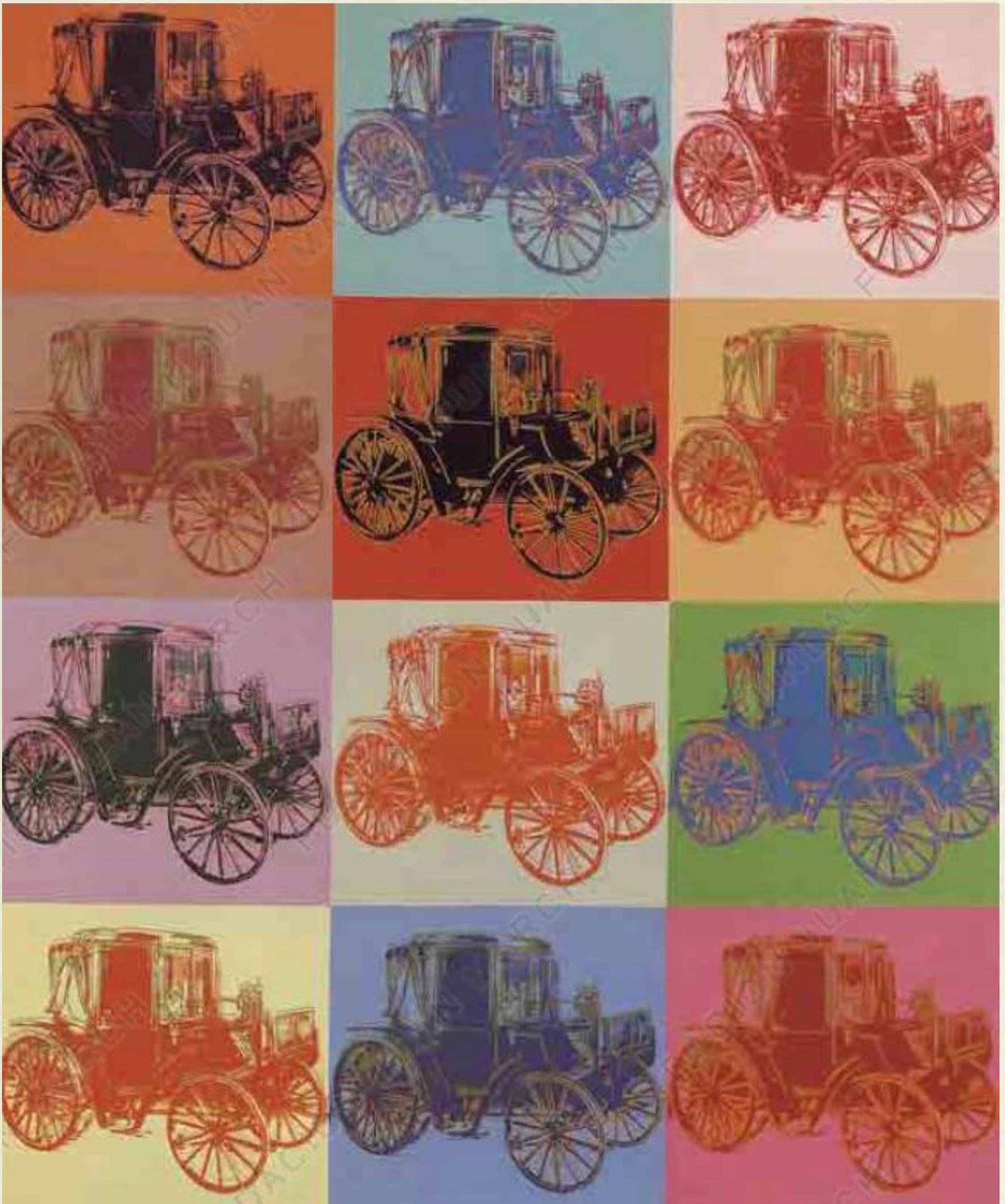
N.º 10.

Fundación Juan March



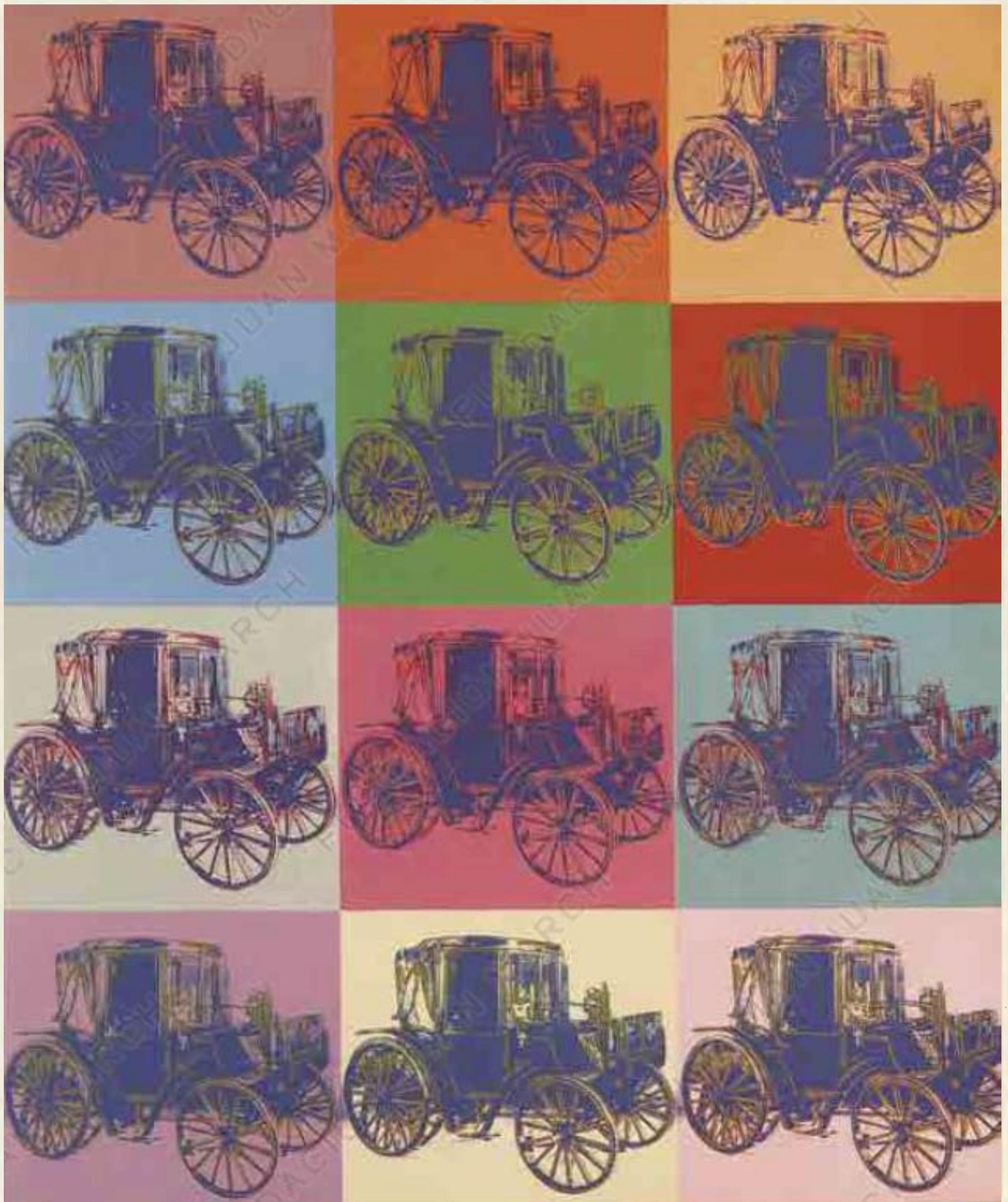
N.º 11.

Fundación Juan March



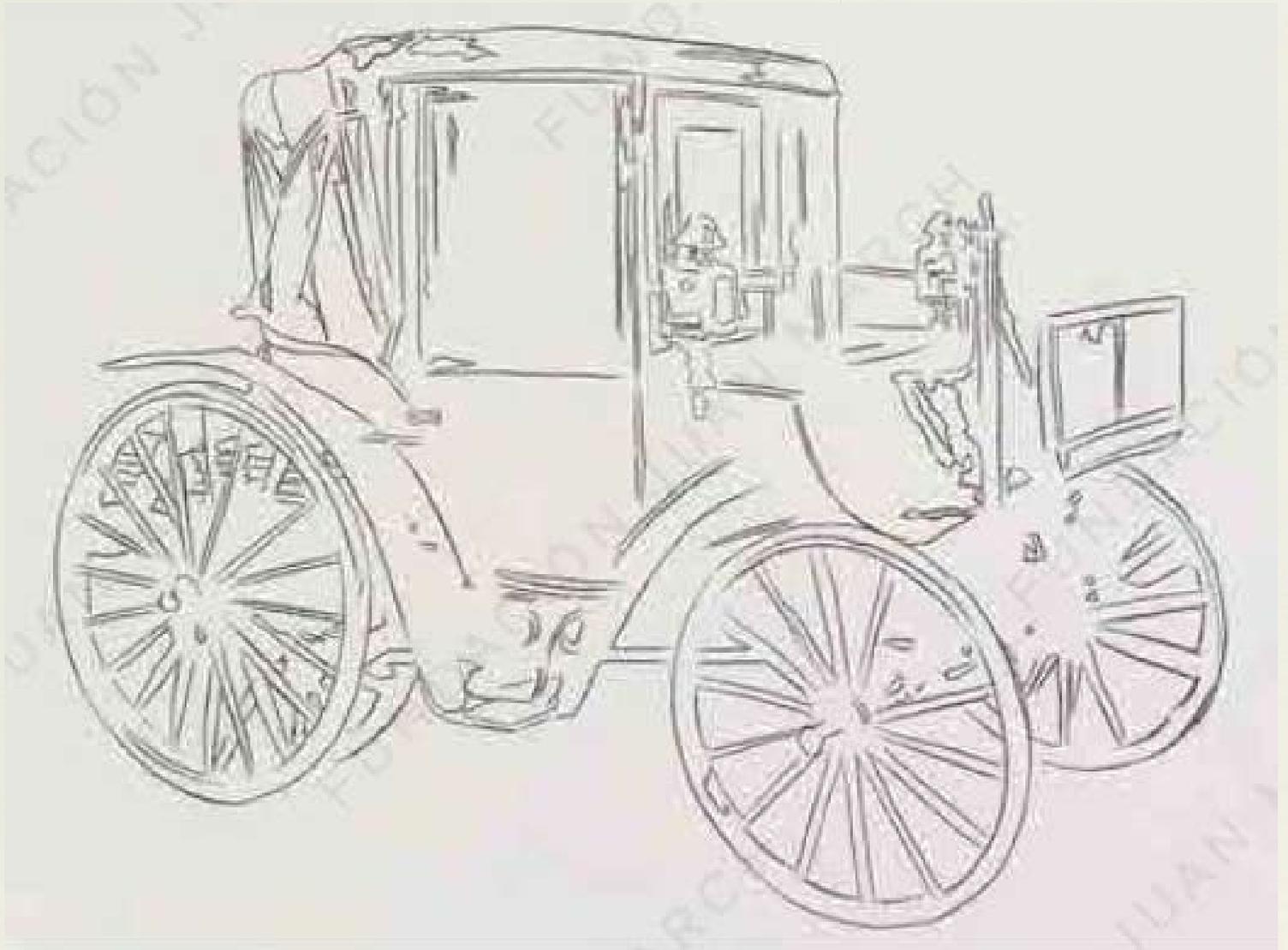
N.º 12.

Fundación Juan March



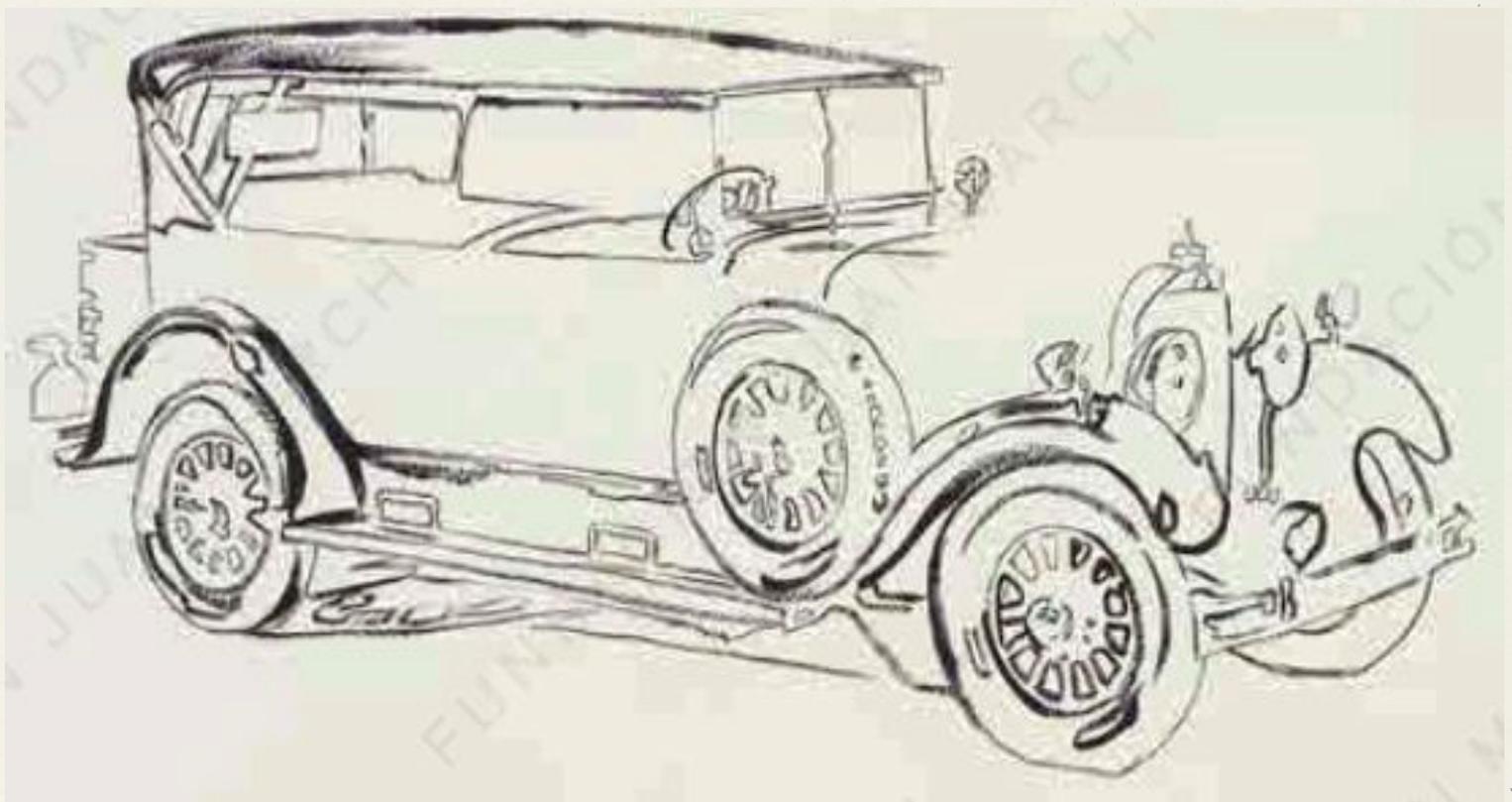
N.º 13.

Fundación Juan March



N.º 40.

Fundación Juan March



N.º 41.

Fundación Juan March



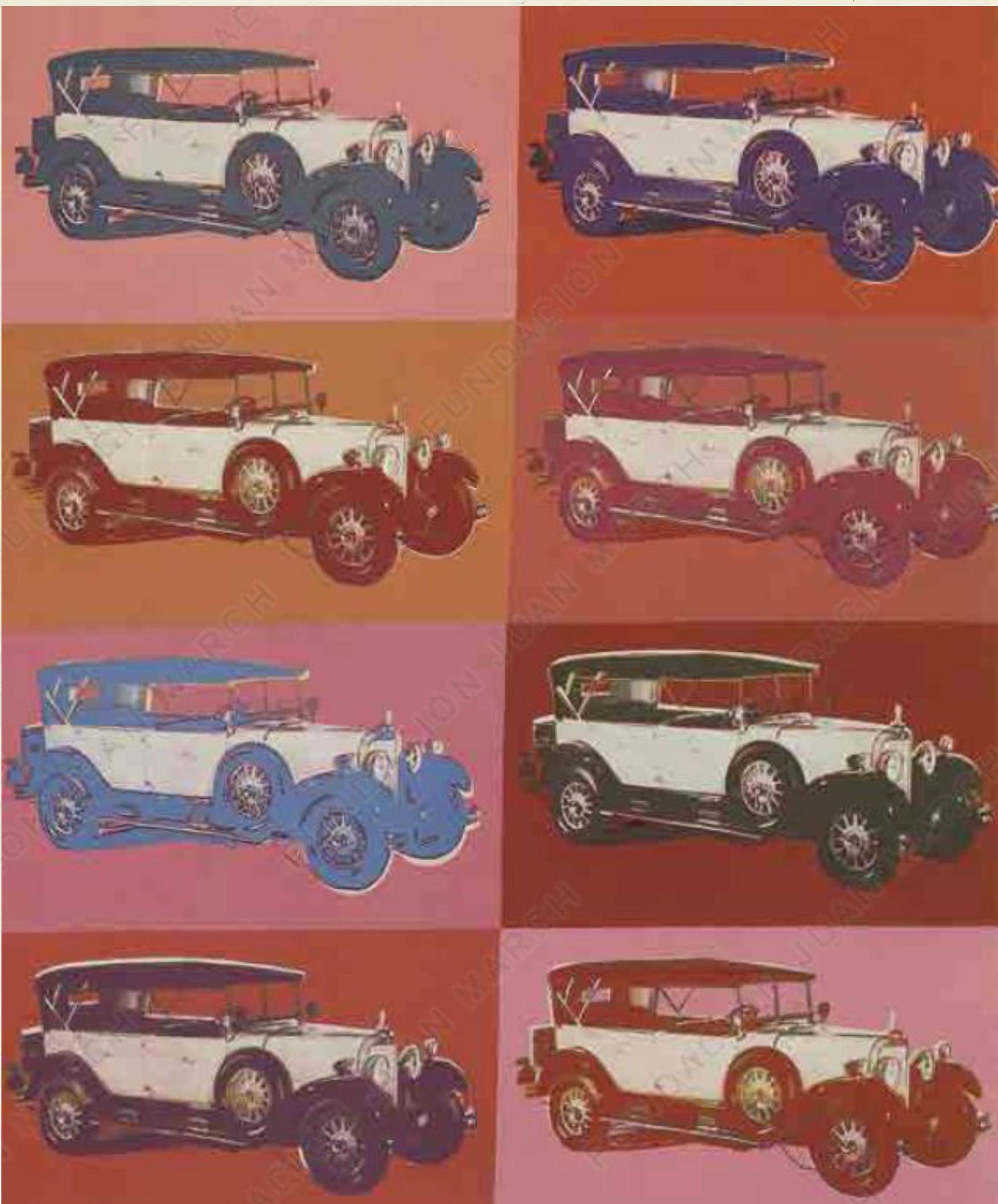
N.º 14.

Fundación Juan March



N.º 15.

Fundación Juan March



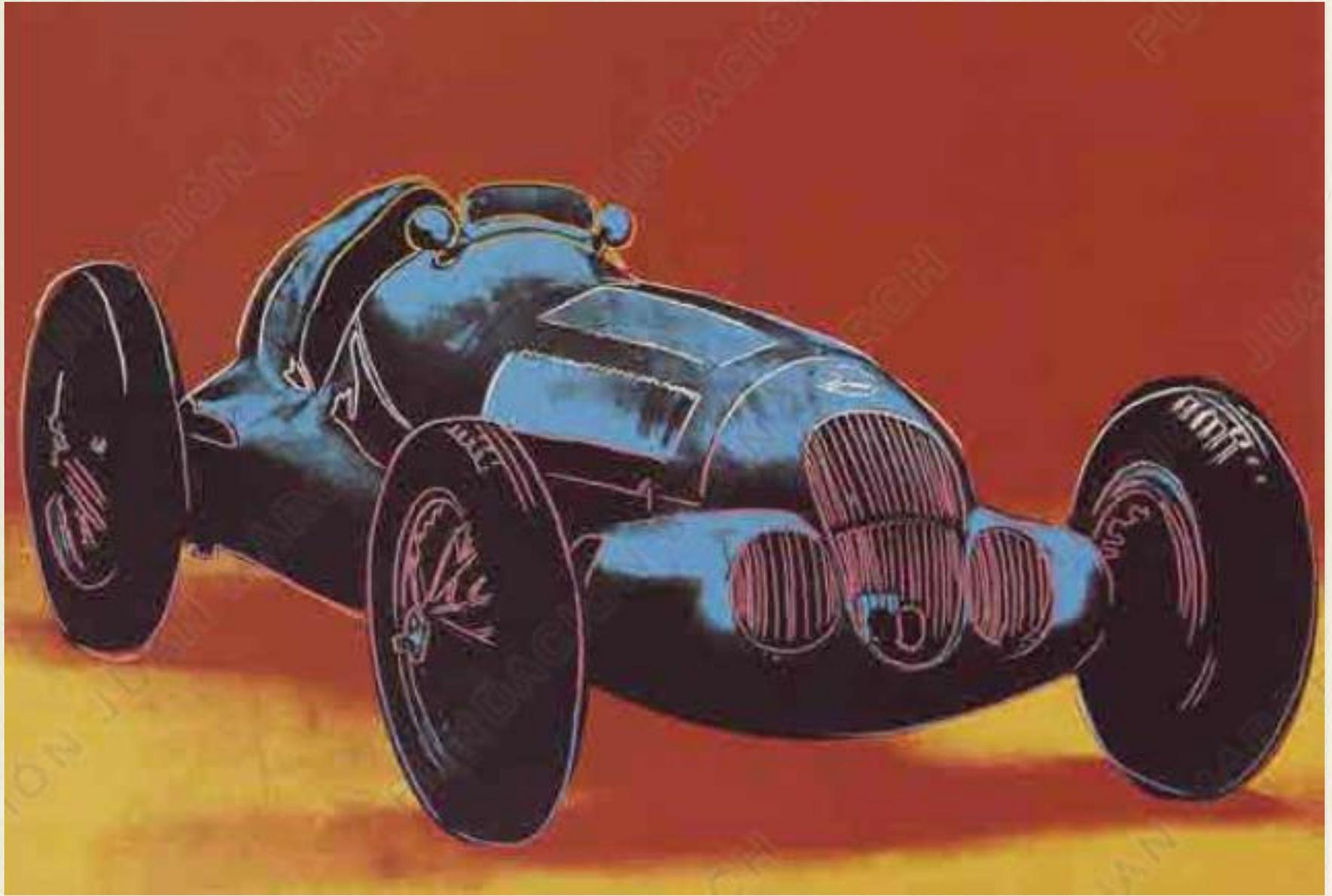
N.º 16.

Fundación Juan March



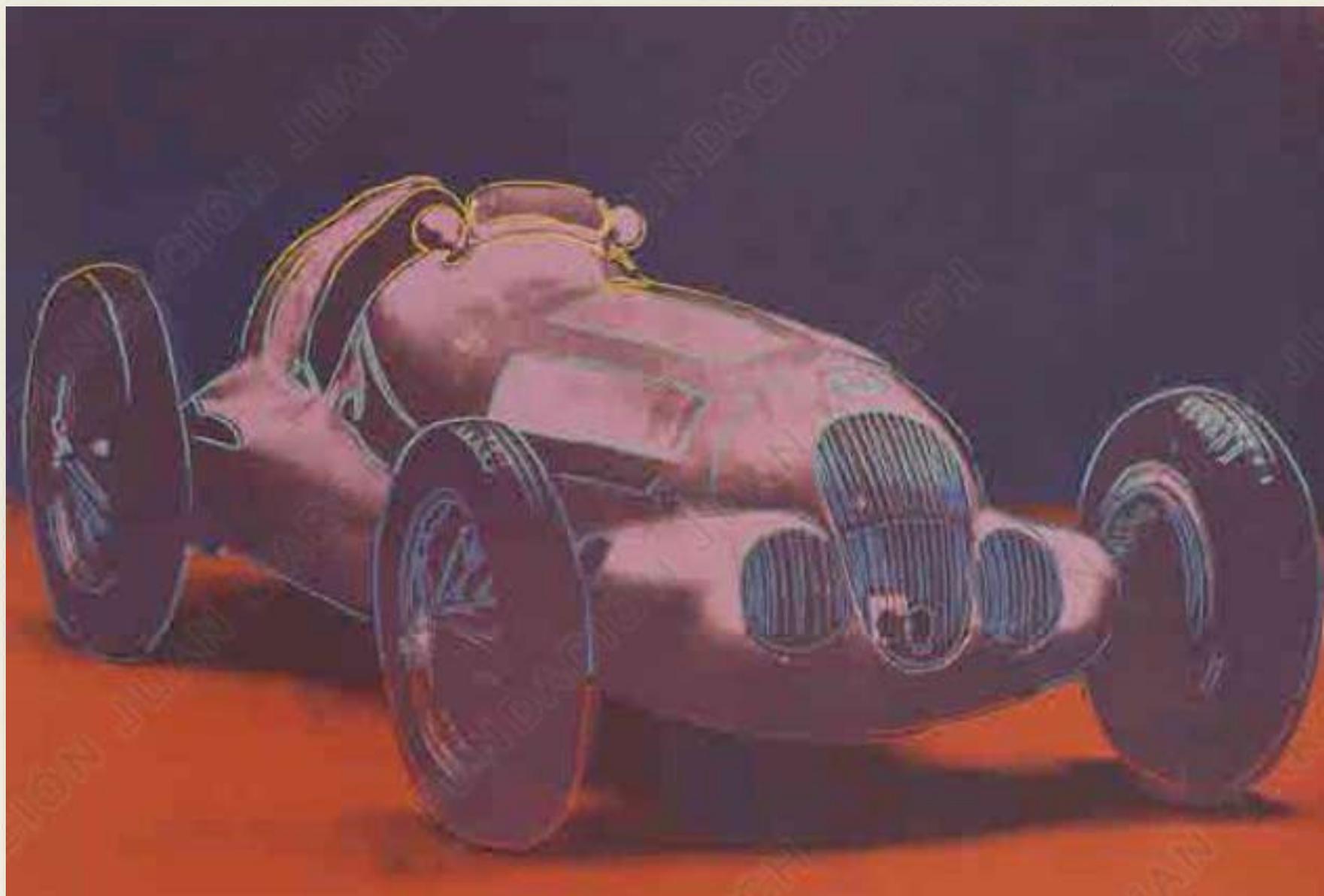
N.º 17.

Fundación Juan March



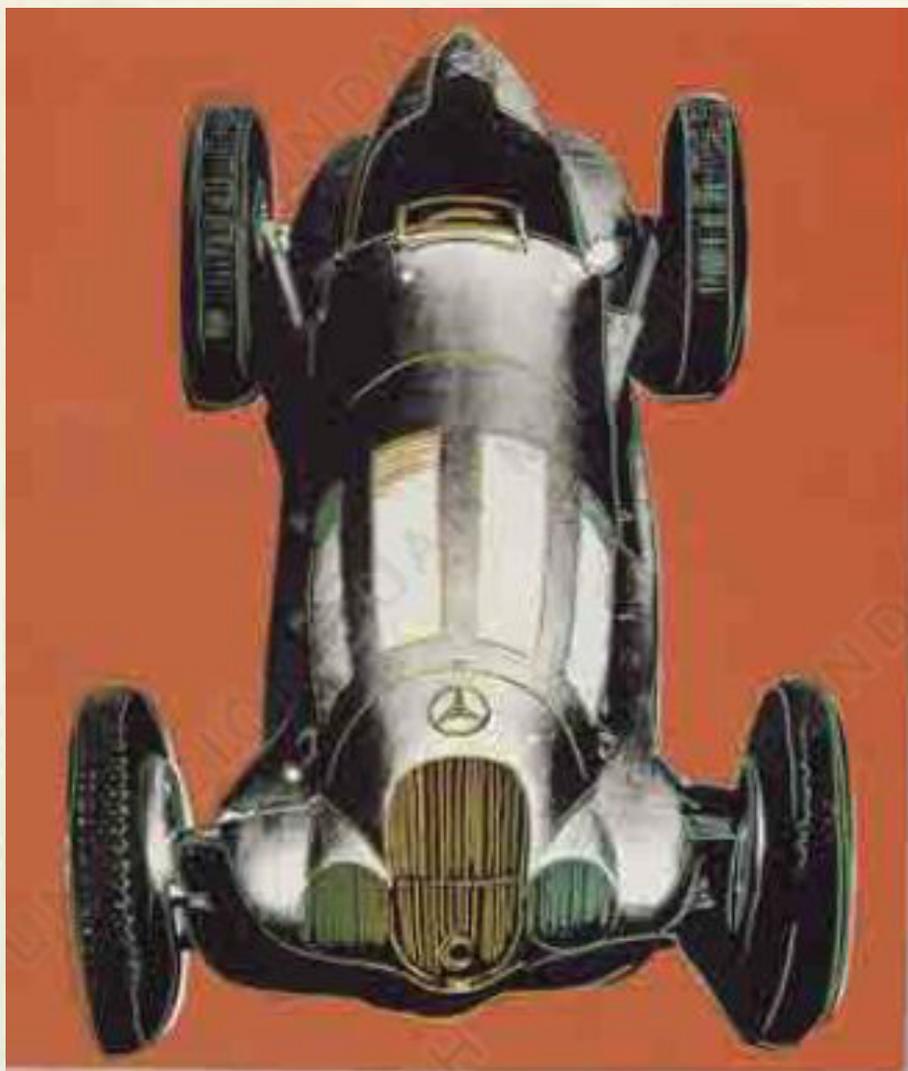
N.º 18.

Fundación Juan March

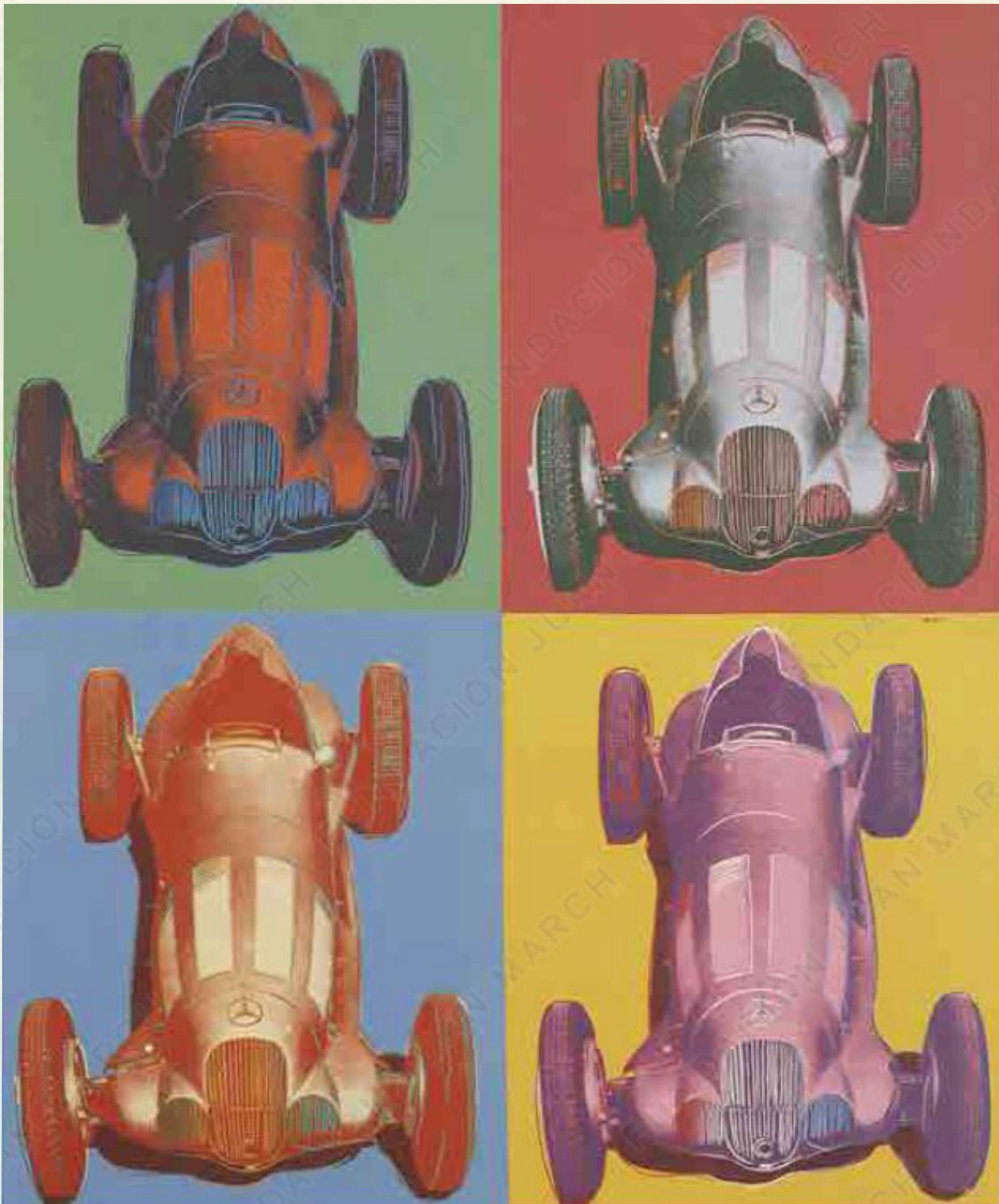


N.º 19.

Fundación Juan March

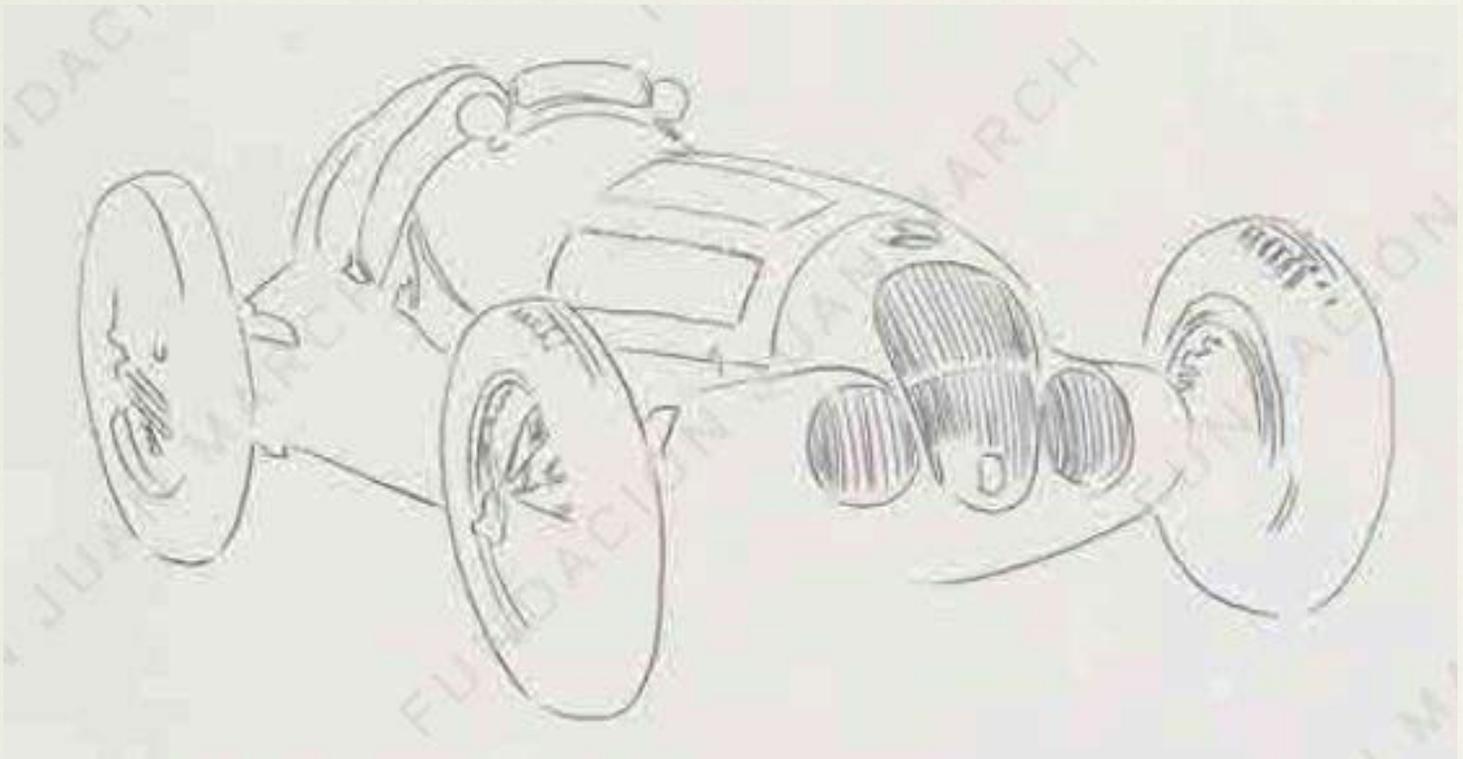


N.º 20.



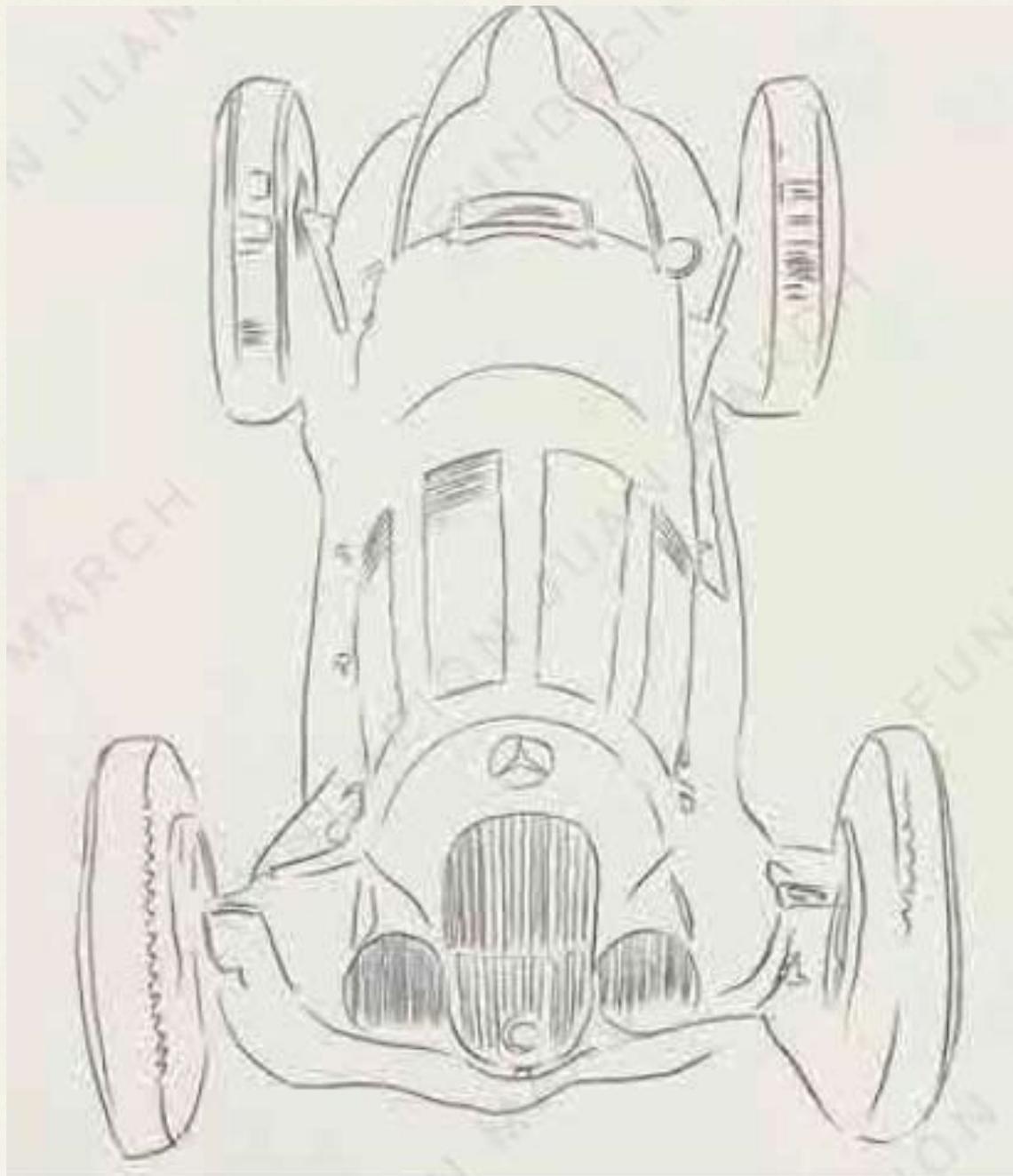
N.º 21.

Fundación Juan March



N.º 43.

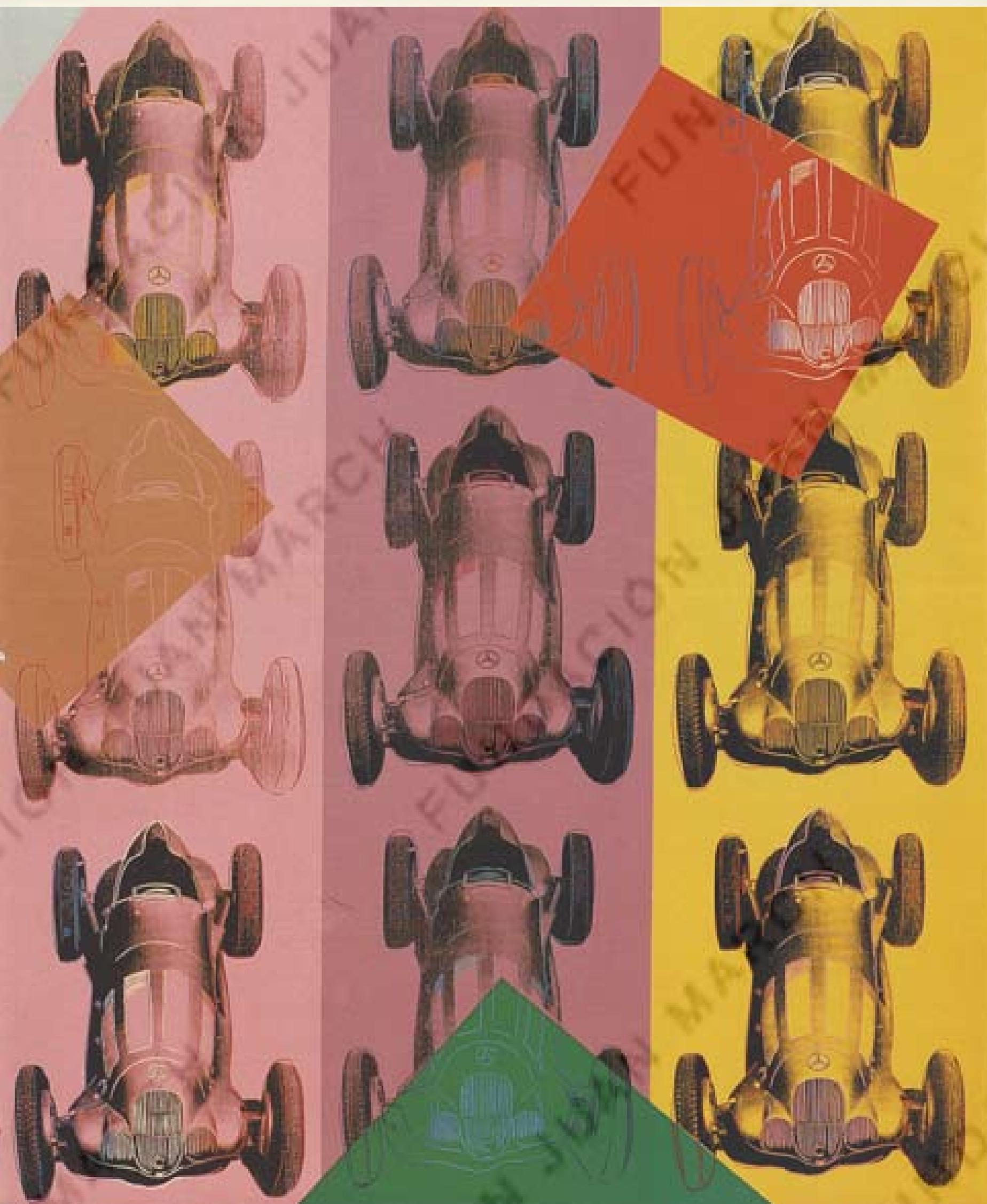
Fundación Juan March

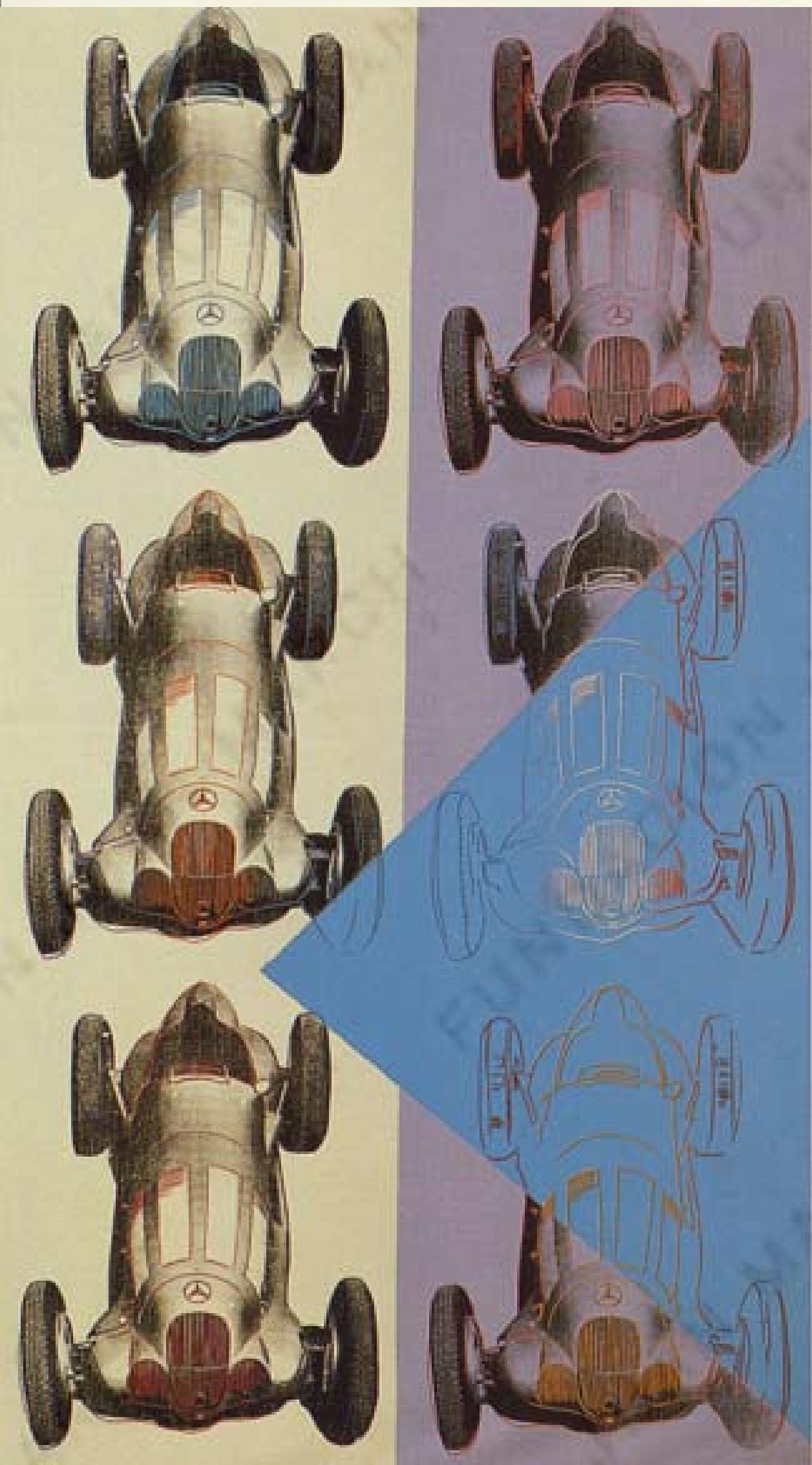


N.º 44.

Fundación Juan March









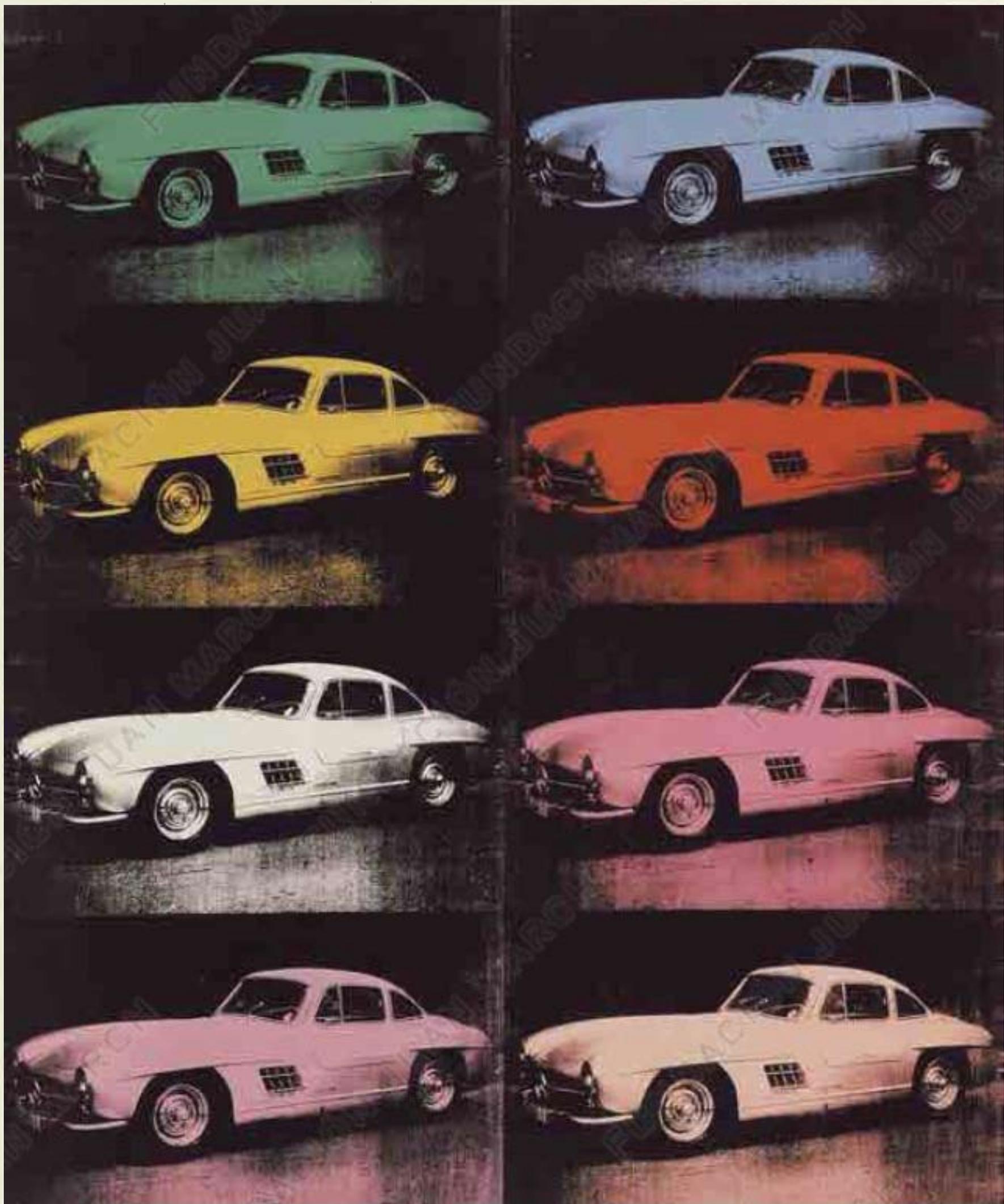
N.º 23.

Fundación Juan March



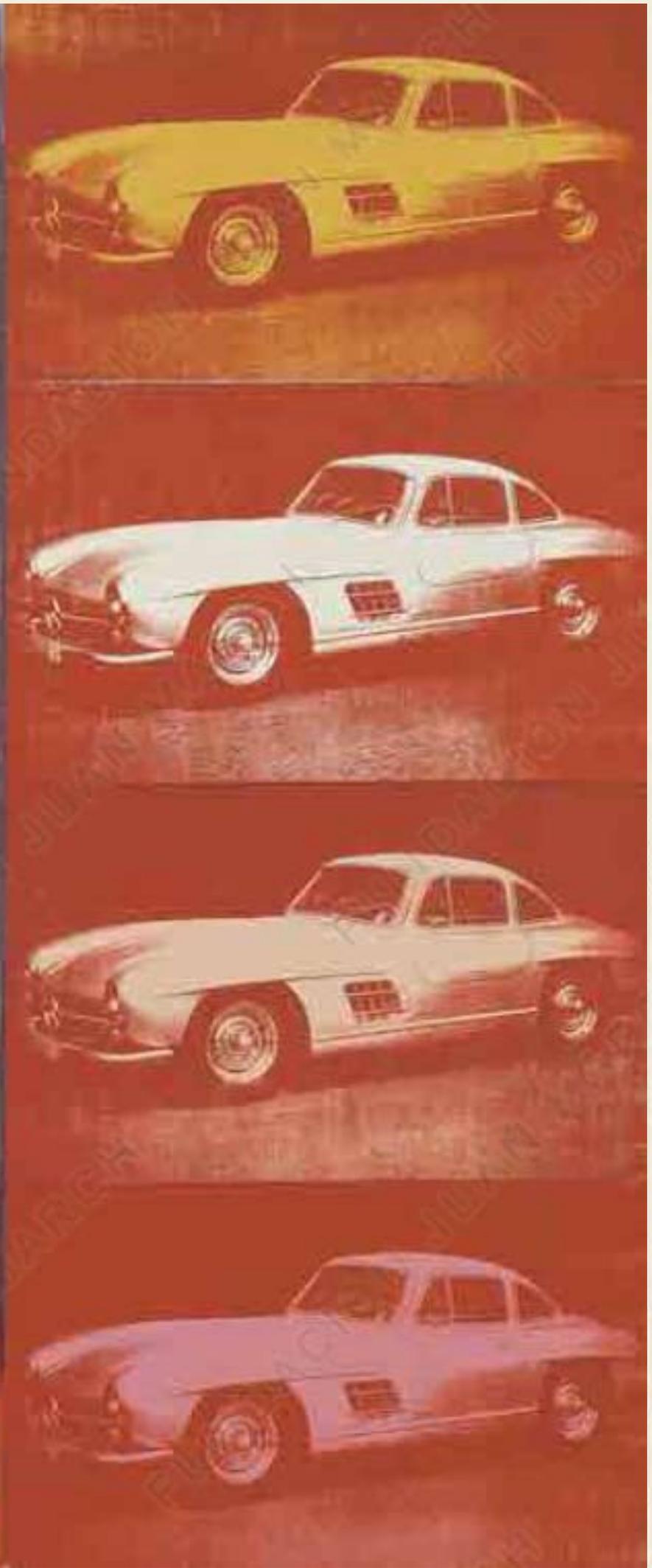
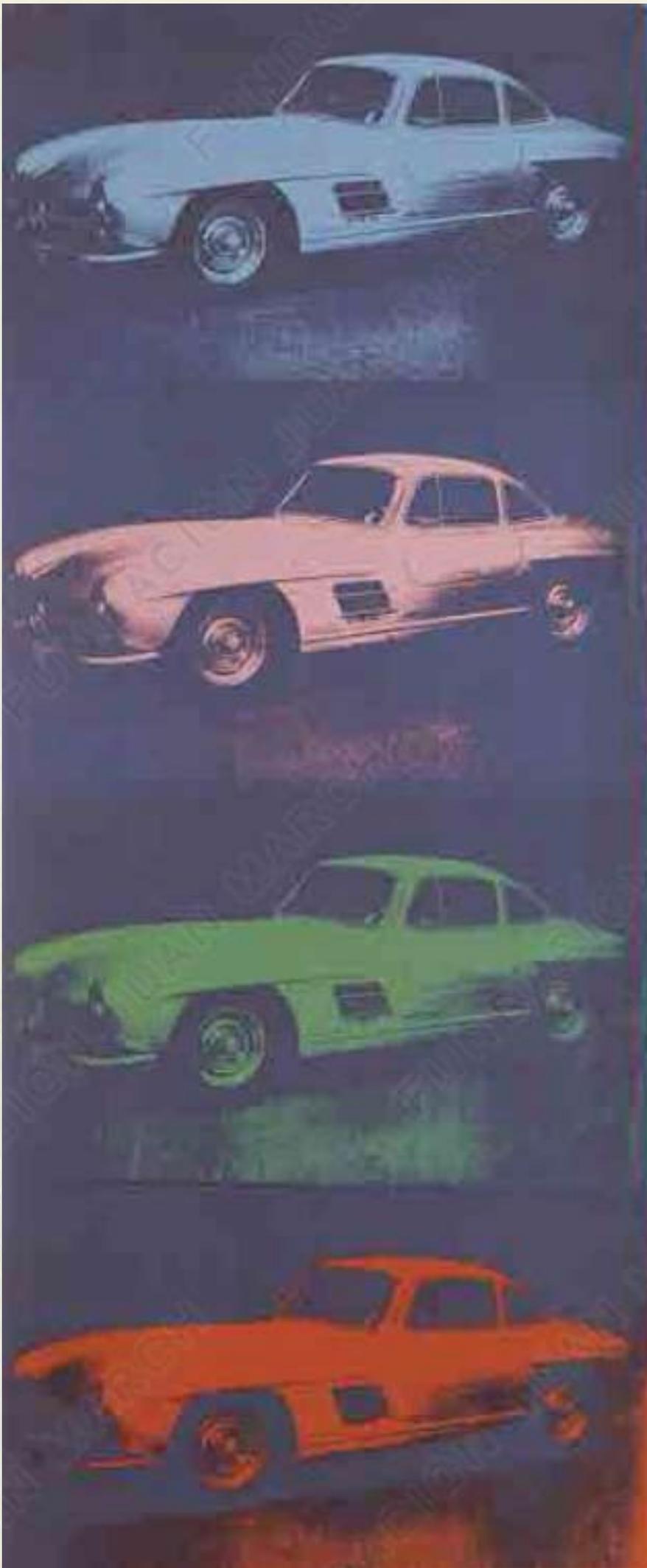
N.º 24.

Fundación Juan March



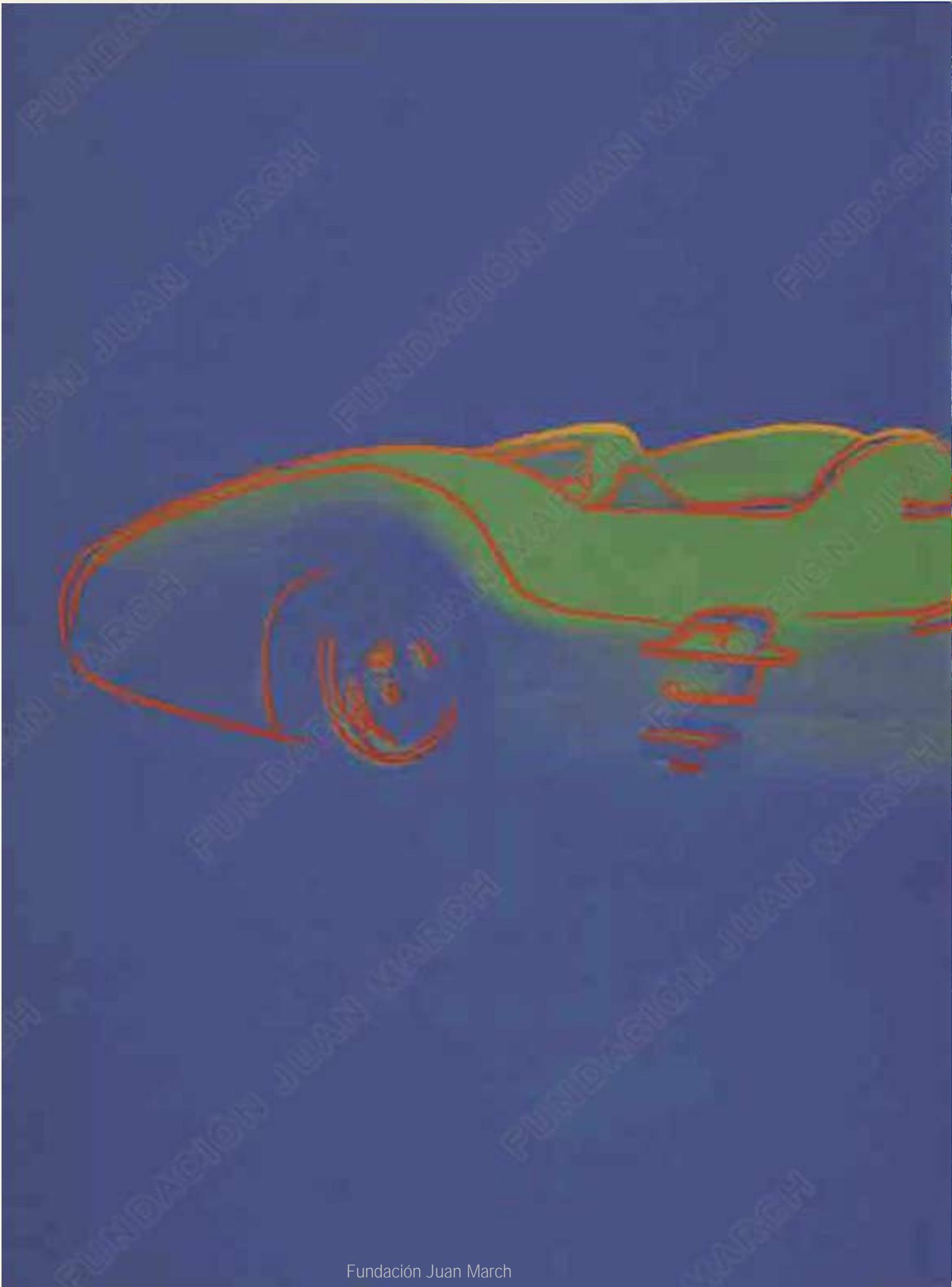
N.º 25.

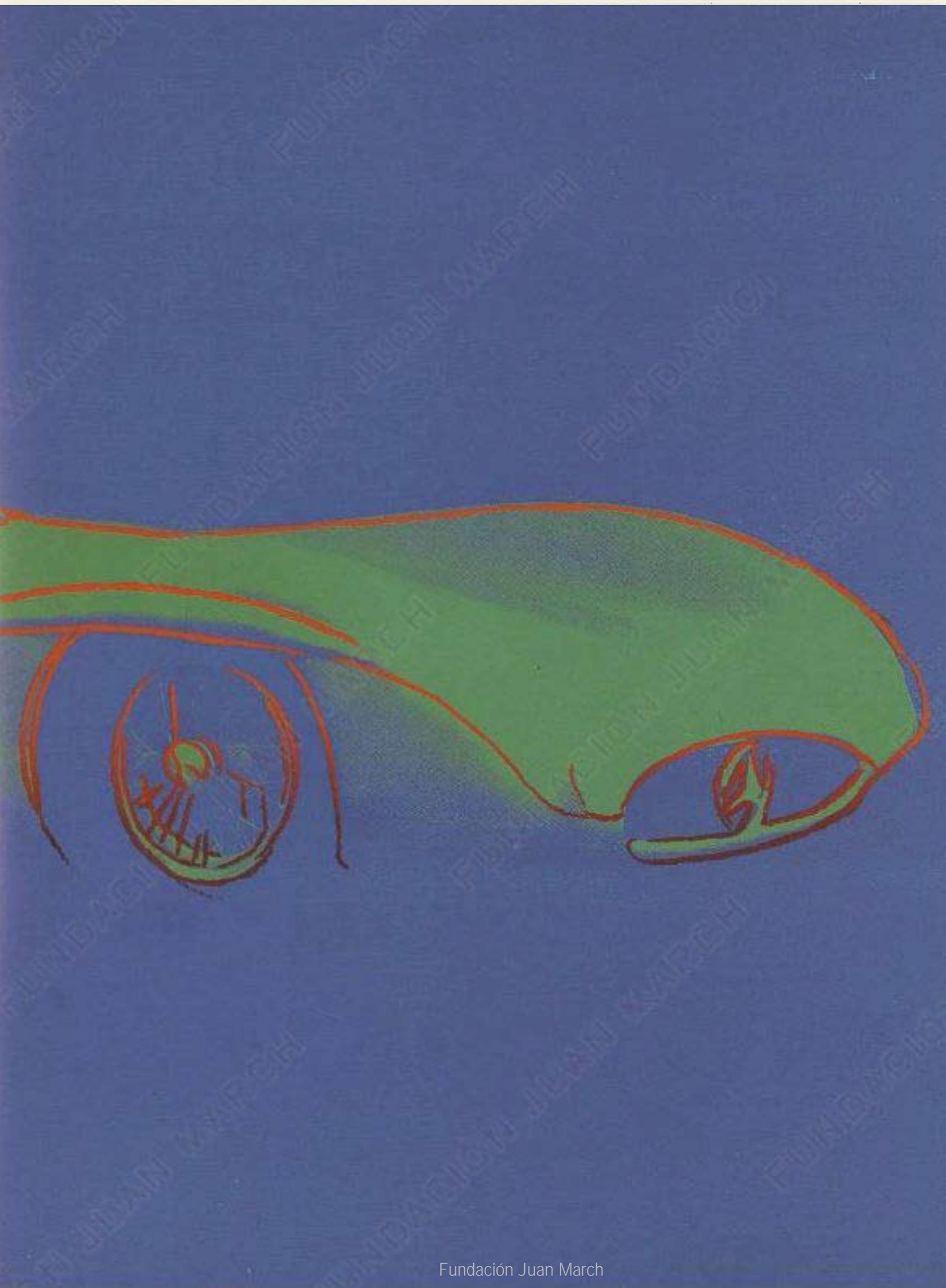
Fundación Juan March



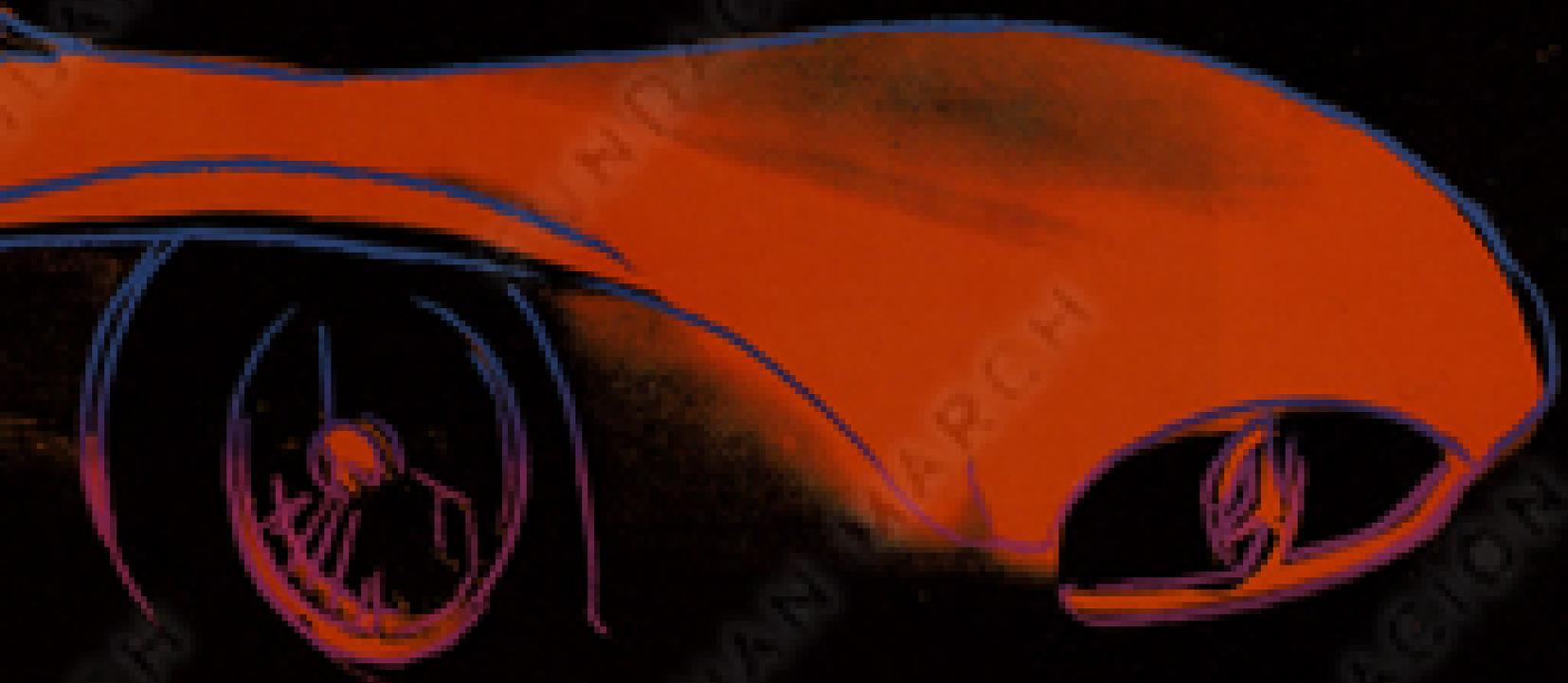
N.º 26.

Fundación Juan March











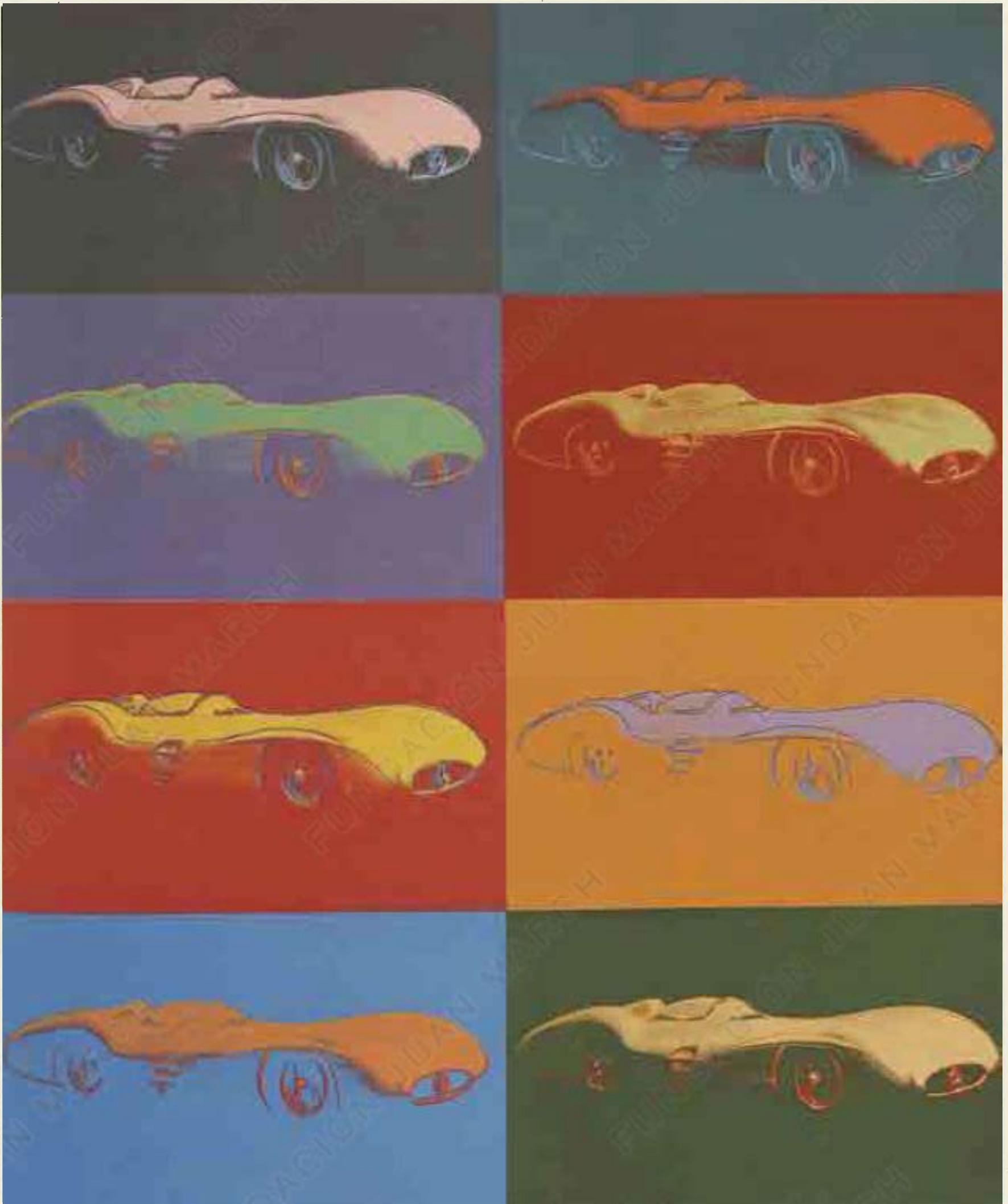
N.º 29.

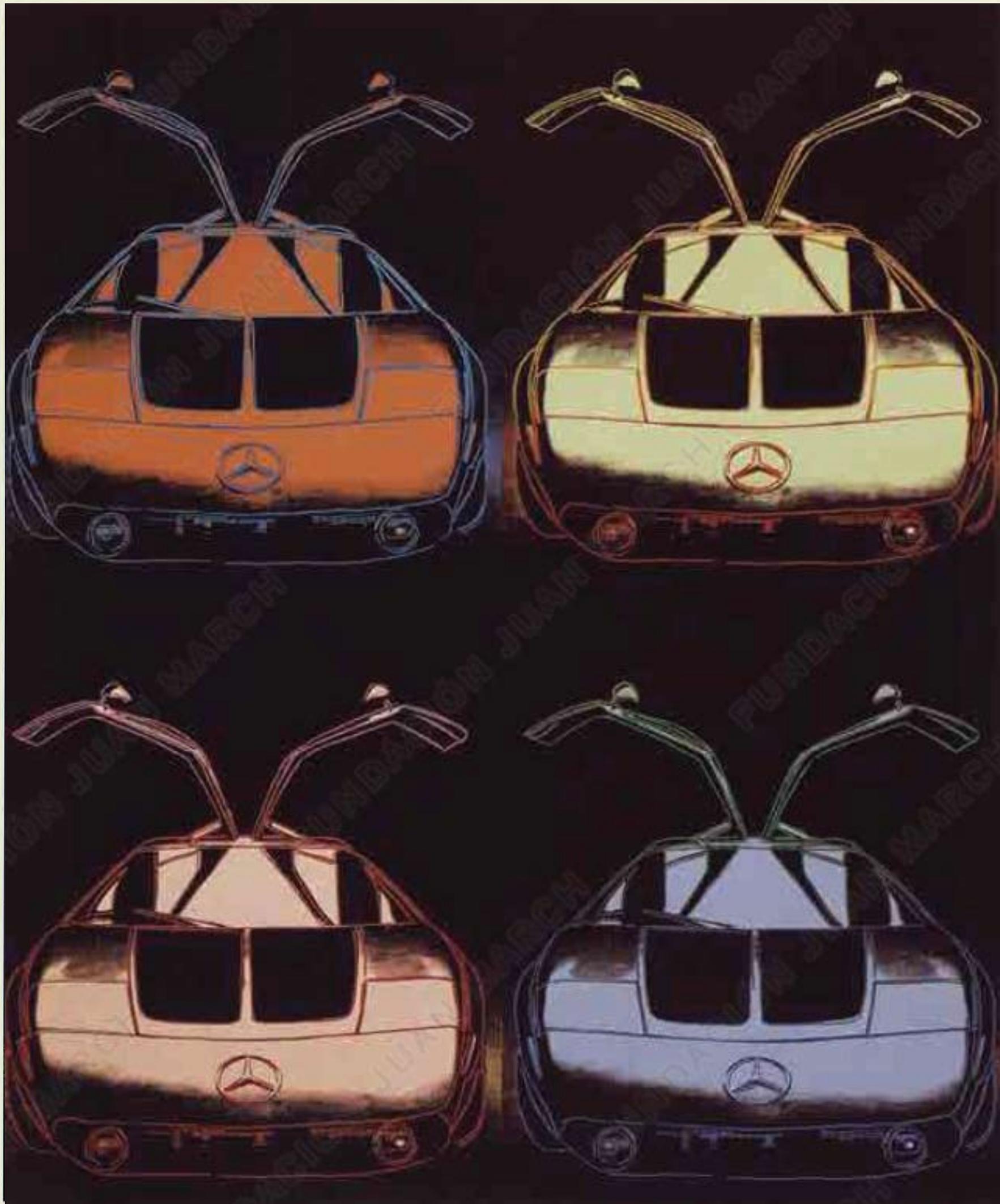




N.º 30.

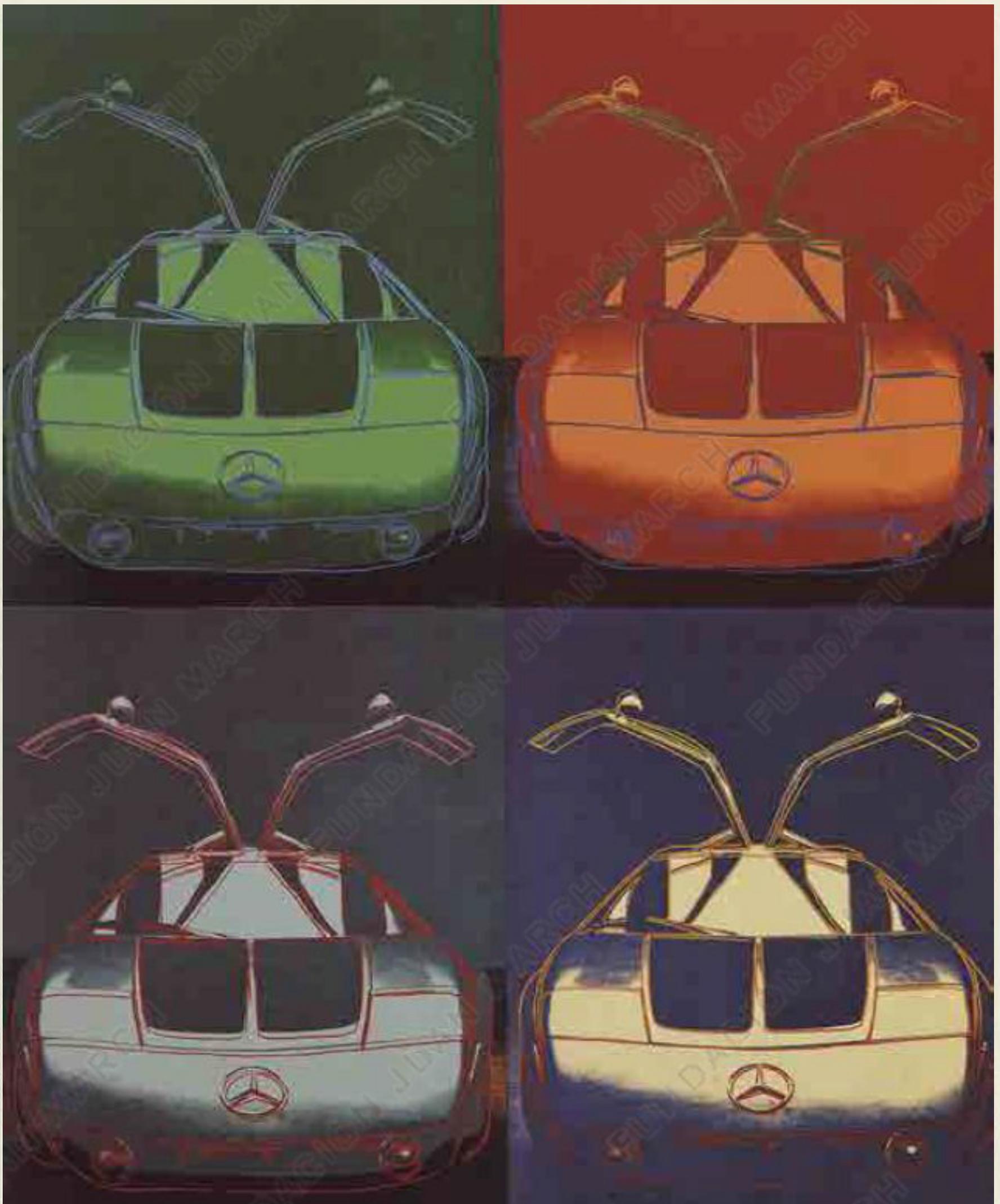
Fundación Juan March





N.º 32.

Fundación Juan March



N.º 33.

Fundación Juan March



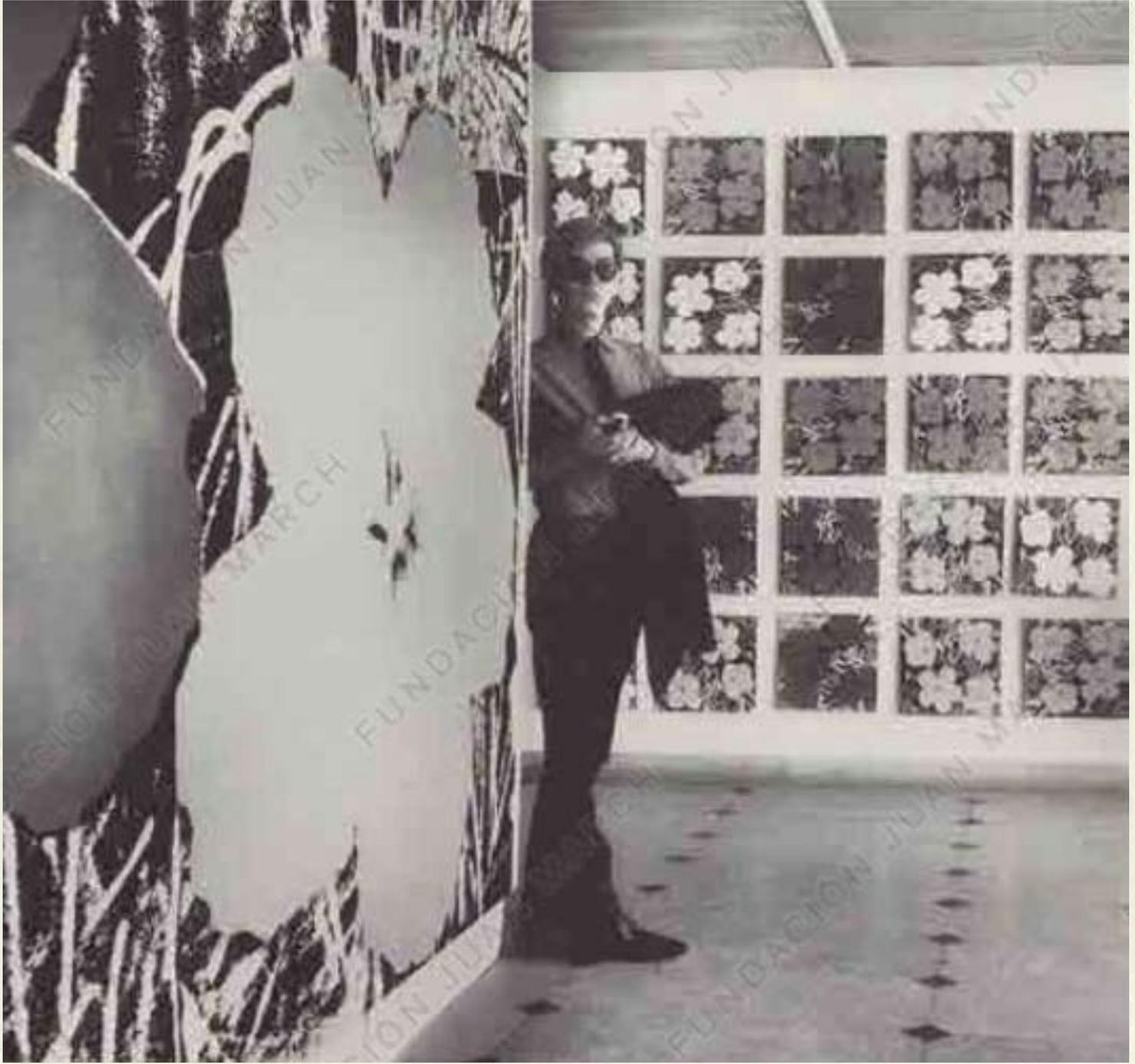
N.º 34.





N.º 35.





Warhol en la exposición de la Galería Iléona Sonnabend, París 1964.

B I O G R A F Í A / M E M O R I A S

Andrew Warhola nació el 6 de junio de 1929 en Forest City, Pennsylvania. Sus padres, Ondrej y Julia Warhola, eran emigrantes checoslovacos, y aunque su padre vivió en Estados Unidos desde 1909, el matrimonio no pudo reunirse hasta 1921. Ondrej Warhola, que trabajó en las minas de carbón de Virginia occidental, murió en 1942 tras una larga enfermedad. Julia continuó viviendo con sus tres hijos de los subsidios que recibían, y para ayudar a mantener la familia, Andrew trabajó en unos grandes almacenes y vendió fruta desde un camión.

WARHOL: Cuando era niño sufrí tres depresiones nerviosas a intervalos de un año. La primera se manifestó cuando tenía ocho años, la siguiente a los nueve y la última a los diez. Los ataques —el baile de San Vito— comenzaban siempre el primer día de las vacaciones de verano. No sé lo que significaba. Tenía que pasarme todo el verano escuchando la radio y tumbado en la cama con mi muñeco de Charlie McCarthy y mis recortables extendidos sobre la colcha y debajo de la almohada. Mi padre pasaba mucho tiempo fuera en viajes de negocio a las minas de carbón, por lo que nunca le vi demasiado. Mi madre me leía lo mejor que podía con su fuerte acento checoslovaco, y yo siempre le decía «Gracias, mamá», cuando terminaba con Dick Tracy, incluso aunque no hubiera entendido una sola palabra. Siempre me daba una chocolatina Hershey cuando terminaba una página de mi libro de dibujos para colorear (1).

WARHOL: Cuando era niño nunca tuve fantasías respecto a tener criada. Lo que sí soñaba era con tener dulces. Al madurar, esa fantasía se tradujo en «haz dinero para tener dulces», porque cuando uno va haciéndose mayor se hace también, naturalmente, más realista. Entonces, después de mi tercera depresión nerviosa y sin tener todavía esos dulces extras, mi carrera comenzó a mejorar y empecé a tener más y más dulces, y ahora tengo un cuarto lleno de dulces todos en sus bolsitas. Así pues, tal como lo veo ahora, mi éxito me valió un cuarto de dulces en lugar de un cuarto de criada. Como ya he dicho, todo depende de las fantasías que se tienen de niño, de si se puede mirar a una criada o no. Y a causa de lo que fueron mis fantasías, actualmente me siento mucho más cómodo mirando una chocolatina Hershey (2).

En 1945 Warhol terminó sus estudios de Bachillerato y en el otoño ingresó en el Instituto de Tecnología Carnegie de Pittsburgh, al que asistió hasta el trimestre del invierno de 1949. Mientras estaba allí, en 1948, editó el periódico de los estudiantes y conoció a Philip Pearlstein. Finalmente se graduó con el título de Bachelor of Fine Arts.

WARHOL: Cuando pienso en mis días de estudiante de Bachillerato, todo lo que puedo recordar realmente son los largos paseos hasta el colegio a través del ghetto checo, con las «babushkas» y los monos colgando de las cuerdas de tender, en McKeesport, Pennsylvania. Yo no era demasiado popular, pero tenía algunos amigos agradables. Nunca intimé demasiado con nadie, aunque creo que lo deseaba, porque cuando veía a los muchachos contándose sus problemas me sentía excluido. Nadie confiaba en mí —creo que no era el tipo en el que querían confiar—. Todos los días cruzábamos un puente y debajo había preservativos usados. Siempre les preguntaba a todos, gritando, qué era aquello, y ellos se reían. Un verano trabajé en unos grandes almacenes buscando cosas en el Vogue, Harper's Bazaars y en revistas de moda europeas, para un hombre maravilloso llamado Sr. Vollmer. Ganaba algo así como cincuenta centavos por hora y mi trabajo consistía en buscar «ideas». No recuerdo haber encontrado ni producido alguna. El Sr. Vollmer era un ídolo para mí porque venía de Nueva York y eso parecía algo maravilloso, aunque ni siquiera pensaba realmente en ir allí alguna vez (3).

PHILIP PEARLSTEIN: Llegué a conocer a Andy bastante bien... Venía a mí casa a trabajar porque no tenía sitio en la suya. Siempre había por allí algunas sobrinas y sobrinos que no le dejaban trabajar en paz y que destruían su trabajo. Sus (dos) hermanos se reían de él. Pensaban que era extravagante porque estudiaba arte (4).

En 1948 Warhol trabajó en los grandes almacenes de Joseph Horne, y al año siguiente se mudó a Nueva York, donde comenzó su carrera profesional en arte comercial. Hizo anuncios para revistas de moda como *Vogue*, *Glamour* y *Harper's Bazaar* y puso su primer estudio, en St. Marks Place, compartido con Philip Pearlstein. Después compartieron un estudio en Chelsea. Cuando realizaba ilustraciones para novelas cortas en *Glamour*, Warhol comenzó a utilizar su técnica monotipo especial de «línea emborrionada». Acortó su nombre para convertirlo en Andy Warhol.



Julia Warhola y Andy Warhol, 1960.

WARHOL: Cuando tenía dieciocho años, un amigo me metió en una bolsa de Kroger y me llevó a Nueva York. Entonces todavía deseaba intimar con la gente. Seguí viviendo con compañeros de habitación pensando que podríamos llegar a ser buenos amigos y compartir los problemas, pero terminaba descubriendo siempre que lo que les interesaba compartir era el alquiler. En cierto momento llegué a vivir con diecisiete personas diferentes en un apartamento, en un sótano de la calle 103, junto a la Avenida Manhattan, y ninguna de esas diecisiete personas llegó a compartir un problema real conmigo. Todos eran también tipos creativos —era más o menos una Comuna del Arte—, por lo que pienso que debían tener montones de problemas, pero nunca logré que me contaran ninguno. Había peleas en la cocina sobre temas como quién había comprado cuantas lonchas de salami, pero eso era todo. En esos días trabajaba muchas horas, por lo que, en cualquier caso, creo que no habría tenido tiempo para escuchar ninguno de sus problemas aunque me los hubieran contado, pero todavía me siento excluido y herido (5).

PHILIP PEARLSTEIN: Era una habitación muy grande en un extremo de un ático, sobre un garaje para camiones en la calle 2.1 Oeste. El ático pertenecía a una bailarina moderna llamada Francesca Boas y estaba decorado como un teatro, con un arco de proscenio hacia la parte posterior. Francesca vivía detrás del arco con un amigo llamado Jan Gay y un enorme perro de alguna raza exótica que se llamaba Name. Francesca se interesó por nosotros. Creo que éramos suficientemente extravagantes, pero Andy era quien la intrigaba especialmente. Durante el transcurso de ese invierno le animó activamente a «revelarse», y él se metamorfoseó lentamente en Andy Warhol, dejando de ser Andy Warhola. Entonces consiguió montones de encargos de revistas como *Charm*, *Seventeen* y *Harper's Bazaar*, y realizó una serie de dibujos para las cubiertas de discos de Columbia Records (6).

CALVIN TOMKINS: Un día llevó su bolsa de papel a la oficina de Tina Fredericks, que en ese momento era la directora artística de *Glamour*. Se sentía intrigada tanto por los dibujos como por Andy, pálido y tímido y un poco melancólico, con sus viejos pantalones chinos y sus zapatillas de lona sucias, con un aspecto no muy de este mundo. Le dijo que los dibujos eran buenos pero que, en realidad, *Glamour* necesitaba en ese momento dibujos de zapatos. Andy regresó al día siguiente con cincuenta dibujos de zapatos en la bolsa de papel marrón... Nadie había dibujado nunca zapatos como lo hizo Andy. De alguna forma, dio a cada zapato un temperamento propio, una especie de sofisticación oculta y a lo Toulouse-Lautrec, pero con la forma y el estilo siempre exactos y la hebilla en el lugar correcto... Diseñó objetos de escritorio para Bergdorf-Goodman, tarjetas de Navidad para Tiffany y Tiber Press, y portadas de discos para Columbia Records. Durante un período breve dibujó pequeños soles y nubes en un mapa del tiempo para un programa de televisión de primera hora de la mañana —solamente se veía su mano en la pantalla, pero tenía que levantarse a las cinco de la mañana e ir al estudio para que le maquillaran la mano porque de lo contrario parecía demasiado blanca—. Aceptaba todos los trabajos que le ofrecían y todo lo que hizo lo hizo profesionalmente, con elegancia y puntualidad (7).

Al año siguiente, 1949, Warhol se mudó a un nuevo estudio en la calle 75 Este, donde vivió con su madre.

NATHAN GLUCK: La señora Warhola se pasaba la mayor parte del tiempo en el apartamento cocinando, limpiando, tropezando torpemente por el mismo o escribiendo cartas a sus parientes en Checoslovaquia. Solamente salía a la calle cuando tenía que ir de compras, cuando iba a la iglesia o cuando tenía que enviar una carta o un paquete a sus parientes en el extranjero. Su inglés estaba lleno de faltas y giros peculiares verdaderamente encantadores. Me contó cómo su marido había vuelto a Checoslovaquia desde los Estados Unidos para buscar novia. Una vez casados, ella tuvo que trabajar al principio durante algunos años para su familia política antes de poder venir a América. Andy era el menor de sus tres hijos. A veces uno de los otros dos, John o Paul, venía a Nueva York de visita o a pintar el apartamento. En ciertas ocasiones venían incluso con toda la familia y entonces el apartamento se llenaba de niños que se lo pasaban muy bien con el tío Andy. La señora Warhola y sus hijos se enviaban frecuentemente cartas grabadas en cintas. Una vez me dio una cinta en la que recitaba canciones típicas checas. Después cantaba la letra, por lo que casi parecía un dúo. Algunas veces contaba historias de la Biblia, pero siempre sonaba como si estuviera blasfemando en checo (8).

JULIA WARHOLA: ¿Qué podría decir de Andy, mi Andy, como fenómeno, si no le conocieran? Bueno, creo que podría, aunque no es fácil, pero hum..., vino a este mundo de los cuarenta, treinta, cuarenta, cincuenta, sesenta y creo que al tener toda esa sangre europea, de Checoslovaquia, que es de donde yo vine y donde viví un breve período de mi vida, y después vine a América, representa al mismo tiempo la fusión de lo americano y lo europeo junto, y es muy muy agudo y sensible a todo lo que ocurre diariamente y lo registra como... bueno..., ya sabe, como una placa fotográfica, y a causa de esto toda la vida pasa por él como por una placa fotográfica; resume lo que ocurre en el mundo, en la ciudad, en la calle, en Times Square, en donde quiera que vaya. Ya conoce usted a los checos, son hombres maravillosos, debe comprender que son atractivos y oh, los checos y los yugoslavos son los hombres más guapos del mundo y tienen agallas y alguien me dijo una vez que cuando se ha nacido en Europa y se viene a América se tienen las mejillas muy rojas al llegar, pero diez años después están pálidas, uno está pálido y no tiene ya sangre, pero aunque Andy está

pálido ahora, todavía tiene sus mejillas rojas por dentro y por lo tanto tiene su energía, esa terrible energía, y sale y registra todo y lo hace todo y se convierte en todo. El hombre para todo. Las películas y los libros son poesía e imágenes y fotografía, todo lo que hace es estupendo. Le quiero. Quiero a mi Andy, oh, estoy tan contenta de ser su madre... Es estupendo. Y que yo haya hecho eso, ya sabe, es realmente una creación, ¿no cree que es una creación producir a Andy Warhol? Yo, la señora Warhola, algunas veces no puedo creer que haya podido hacerlo, pero ya ve. Todo lo que hace, las cosas buenas y malas y las fatales, y las escandalosas, ¡terrible! y los mariquitas y las chicas y los chicos y las drogas. Todo está aquí, todo está en él y sale a raudales y le sale a raudales y él lo da todo y por eso es un gran artista. Así es como puedo resumirlo. ¿Es eso, es eso lo que...? Está claro, quiero decir, quizá no haya sabido expresarme muy bien. Soy solamente una vieja campesina (9).

En junio de 1952, Warhol participó en una exposición en grupo con Fred McCarroll, Mary Suzuki y otros artistas en la Galería Hugo de Nueva York. Expuso dibujos a lápiz y tinta sin colorear –ilustraciones para cuentos de Truman Capote– y algunos de los libros de dibujo que había publicado en ediciones pequeñas, incluidos *Love is a Pink Cake*, *There Was Snow on the Street* y *Twenty-Five Cats Named Sam and One Blue Pussy*.

JAMES FITZSIMMONS: Las frágiles impresiones de Andy Warhol... recuerdan a Beardsley, Lautrec, Demuth, Balthus y Cocteau. El trabajo tiene un aire de preciosismo, de perversidad cuidadosamente estudiada. Niños, marimachos y mari-posas dibujados con trazos pálidos, con manchas magenta o violeta aquí y allá, parece que de forma bastante arbitraria. En su punto más alto, es un arte que depende de la proeza delicada, de la comunicación de sentimientos intangibles y ambivalentes (10).

BARBARA GUEST: Warhol y Sherman presentaron en su primera exposición dibujos y escultura. Los dibujos de Andy Warhol son secuencias de montaje de las actividades que se encuentran en las novelas de Truman Capote. Por el papel flotan alegremente cabezas de niños y mujeres vestidas al estilo de los años veinte (11).

Entre 1953 y 1955 Warhol colaboró con una compañía de teatro en el Lower East Side, dirigida por Dennis Vaughan, y comenzó a leer a Brecht. Mientras tanto había desarrollado unos métodos no convencionales en su arte comercial, reproduciendo sus dibujos en cuanto estaban terminados. Comenzó a trabajar con Fritzie Miller y recibió un Premio por Méritos Especiales por uno de sus anuncios. Aproximadamente en esta época, Warhol se tiñó por primera vez el pelo de rubio platino. En 1954 expuso en la Galería Loft de Nueva York con Wolfgang Beck, Allan Hugh Clarke y Edward Rager.

CALVIN TOMKINS: Fritzie le introdujo en las grandes revistas para la mujer, primero en *McCall* y *The Ladies' Home Journal*, y después en *Vogue* y *Harper's Bazaar*. Muchas personas de la industria comenzaron a darse cuenta del trabajo de Andy en las revistas. No importa lo que ilustrara –champú, sujetadores, joyería, lápiz de labios o perfume–, siempre había una originalidad decorativa en su trabajo que lo hacía llamativo. Era asombroso, pensó Fritzie, que una persona con los antecedentes de Andy pudiera dar la nota justa de forma tan infalible. Los corazones infantiles y las flores y los querubines rosas andróginos que utilizaba, no eran totalmente lo que parecían ser: existía una ligera insinuación en torno a ellos que las personas de la industria reconocían y aprobaban. Podía bromear tan sutilmente con el producto que hacía que el cliente se sintiera ingenioso (12).

Alrededor de 1955, Warhol y su madre se mudaron a un apartamento cerca de Lexington Avenue. Tenían ocho gatos persas llamados Sam. Andy compró su primera televisión en color. En colaboración con Ralph Pomeroy, publicó *A la Recherche du Shoe Perdu*, y expuso sus pinturas de zapatos en varias galerías de Manhattan.

PARKER TYLER: ... Un dúplex en (el 242 de) Lexington Avenue, entre las calles 33 y 34, directamente encima de un bar llamado Florence's Pinup. Andy y la señora Warhola vivían en la planta más baja del dúplex. Andy compró algunos muebles y otros objetos en Serendipity, pero el apartamento nunca llegó a parecer amueblado porque Andy estaba siempre demasiado ocupado (13).

CALVIN TOMKINS: Los muchachos de Serendipity ayudaban a Andy a decorar el apartamento encima de Florence's Pinup. Serendipity, que era en parte un restaurante y en parte una tienda, suministraba sus productos a las personas cuyo gusto todavía no había sido identificado como «camp». Tenía cristal de Tiffany antes de que la gente comenzara a comprar cristal de Tiffany. Andy compró una lámpara de Tiffany, algunas sillas de madera curvada, un gran sofá

largo y blando y un montón de artículos de mimbre blanco, y de otras tiendas de la Tercera Avenida trajo algunas piezas antiguas americanas. También había empezado a comprar cuadros: un Magritte, algunas litografías de Miró, cosas como esas. Uno de sus amigos de este período describió el estilo del apartamento como «surrealista victoriano» (14).

En 1956 Warhol hizo un largo viaje junto con el diseñador Charles Lisanby visitando Japón, Hong Kong, Indonesia y el Sudeste de Asia, y volviendo a Nueva York a través de Roma y Florencia. Fue durante ese viaje cuando comenzó a coleccionar arte, en especial dibujos de Braque, Miró y Larry Rivers.

CALVIN TOMKINS: Andy y su amigo Charly Lisanby van a dar la vuelta al mundo. Lisanby, que diseña aparatos de televisión y es un viajero empedernido, tuvo la idea de mencionar que estaba pensando hacer ese viaje, y Andy, que nunca había ido a ningún sitio excepto a Pittsburgh, Nueva York y quizá a Filadelfia (donde puede que haya nacido), dijo: «Estupendo, ¿puedo ir?» Lisanby estaba encantado. El y Andy se habían conocido en una fiesta el año anterior e inmediatamente se habían gustado el uno al otro. Al igual que ocurre con muchos neoyorquinos que provienen de otros lugares, Lisanby, que había nacido en una granja de Kentucky, tenía la seguridad y el refinamiento fáciles que Andy tanto admiraba; Lisanby estaba fascinado por la extravagancia de Andy, por el contraste entre su ingenuidad y la extraordinaria sofisticación de su trabajo. Salieron en junio de 1956 y volaron primero a San Francisco y después a Japón (15).

CALVIN TOMKINS: ¿Puede ser ése Andy? Con pantalones chinos, zapatillas de lona y un pañuelo con cuatro nudos en las esquinas sobre su cabeza para protegerse del sol, caminando cautelosamente entre las ruinas de Angkor Wat. Acompañado por Floyd Davis, el famoso ilustrador del *Saturday Evening Post*, y Gladys Rockmore Davis, la todavía más famosa esposa del famoso Floyd (16).

En abril de 1956 el trabajo de Warhol se incluyó en una exposición en grupo titulada *Dibujos Recientes USA* en el Museo de Arte Moderno de Nueva York. Recibió el XXXV Premio Anual del Club de Directores de Arte por sus anuncios de zapatos de I. Miller. Cada vez más interesado por las películas, Warhol se aficionó especialmente a James Dean, Elvis Presley, Mae West y Zsa Zsa Gabor. En 1957 la revista *Life* publicó varias de sus ilustraciones.

PARKER TYLER: Andy Warhol es un artista muy joven del que puede decirse que es adicto más que dedicado. Actualmente es adicto a los zapatos o, más bien, a sus imágenes dibujadas a mano; sueltos, nunca en pares, y normalmente lo suficientemente grandes para servir a los gigantes de circo de ambos sexos. Trazados de forma ingenua pero con un perfil estricto y después cubiertos de pan de oro y recortes comerciales decorativos en oro (borlas, cupidos, ribetes convencionales), tienen una elegancia extravagante de pura locura. Si alguien dudara que eran fetiches, su duda quedaría disipada al observar que una zapatilla de noche lleva grabado el nombre de Julie Andrews y una bota el de James Dean, 35-150 \$ (17).

CALVIN TOMKINS: Todavía no era lo que se llamaría ambicioso, aunque tenía esa manía sobre la gente famosa. Siempre estaba escribiendo a las estrellas de cine para pedir sus autógrafos. Escribió una vez una carta a Truman Capote preguntándole si podía ilustrar *Other Voices, Other Rooms*. Capote no respondió. Después tuvo una idea loca sobre la ropa interior de las estrellas de cine: pensó que podría hacerse un buen negocio vendiendo la ropa interior que había sido usada por las estrellas; costaría cinco dólares lavada y cincuenta sin lavar (18).

WARHOL: *Me encantaba trabajar cuando me dedicaba al arte comercial y me decían lo que querían que hiciera y cómo hacerlo, y todo lo que había que hacer era corregirlo y ellos decían sí o no. Lo difícil es cuando hay que imaginar cosas insípidas para hacerlas de una forma propia. Cuando pienso en la clase de persona con la que me gustaría tener un contrato, creo que sería con un jefe. Un jefe que pudiera decirme lo que tengo que hacer, porque eso hace que todo sea fácil cuando se está trabajando. A menos que se tenga un trabajo en el que hay que hacer lo que otra persona dice, la única persona cualificada para ser jefe sería un ordenador especialmente programado, que tomara en cuenta la situación económica, los prejuicios, los rasgos peculiares, el potencial de ideas, las rabietas, el talento, los conflictos de personalidad, el índice de crecimiento deseado, la cantidad y naturaleza de la competencia, lo que se va a desayunar el día que se va a cumplir un contrato, de quién se tienen celos, etc. Mucha gente podría ayudarme con partes y segmentos del negocio, pero solamente un ordenador podría serme de total utilidad. Si tuviera un buen ordenador podría poner al día mis pensamientos en el fin de semana, si alguna vez se quedaran tras de mí. Un ordenador sería un jefe muy cualificado (19).*

NATHAN GLUCK: Cuando Andy tenía un encargo del *New York Times* o de alguna revista de moda, normalmente venía a casa cargado de zapatos, joyería, frascos de perfume, ropa blanca o algún otro trasto de moda para hacer

ilustraciones. Mi trabajo era realizar interpretaciones exactas de esas cosas y algunas veces preparar un esquema. Más tarde Andy corregía los detalles de los dibujos o cambiaba la composición del esquema. Los dibujos se trazaban posteriormente en otra hoja y después se hacía el «emborronado»... De vez en cuando Andy me estrujaba para tratar de conseguir ideas para una tarjeta de Navidad o un esquema. Me gustaba el trabajo (20).

El año 1959 vio la publicación de *Will Raspberries*, un esfuerzo de colaboración con Suzie Frankfurt. En los años anteriores al «pop», Warhol se convirtió en una especie de celebridad de Nueva York. Se llevaron a cabo exposiciones regulares de sus dibujos entre 1956 y 1959, y realizó los libros *Shoe Book* (1954), *Bay Book* (1956), *In the Bottom of My Garden* (1956) y *Gold Book* (1957).

WARHOL: *En un momento de mi vida, al final de los años cincuenta, comencé a sentir que estaba recogiendo los problemas de las personas que conocía. Un amigo estaba enrollado sin esperanzas con una mujer casada, otro me había confiado que era homosexual, una mujer a la que adoraba manifestaba fuertes síntomas de esquizofrenia. Nunca había sentido que tenía problemas porque nunca había definido específicamente ninguno, pero ahora sentía que esos problemas de los amigos se estaban extendiendo por mi cuerpo como gérmenes.*

Decidí buscar tratamiento psiquiátrico, al igual que hacía tanta gente que conocía. Pensé que debía definir algunos de mis propios problemas, si en realidad tenía alguno, en lugar de limitarme a compartir indirectamente los problemas de los amigos (21).

DAVID BOURDON: Sabía que Andy tenía que ser alguien especial. Estaba estupendamente vestido con un traje ceñido forrado de cachemir rojo fuerte. Sus inquietos ojos azules revisaban periódicamente la habitación mientras charlaba animadamente con un círculo de admiradores. No era guapo sino mono, de aspecto aniñado o más bien juguetón, con altas mejillas esclavas de un rosa brillante y una tendencia a retirar hacia atrás la barbilla cuando emitía una risa baja y burbujeante. Incluso en esos días anteriores al «pop», Andy era una especie de celebridad, un ilustrador ganador de premios, ampliamente admirado, con un estilo de dibujo personal. Me pareció enormemente presumido, pero de una forma autodesaprobadora y alegre. Parecía a la vez tímido y seguro, reticente para hablar sobre sí mismo, pero convencido de quién era y sin ninguna duda sobre el camino procedente... En 1960, con el dinero que ganaba como artista comercial, Andy compró la casa de Lexington Avenue, hacia el número 80, donde convirtió la planta principal en estudio. Allí realizó sus primeros cuadros y dibujos «pop» —las tiras cómicas, billetes de dólar y latas de sopa—. Me resistí ante los pequeños cuadros de latas de sopa que quería venderme a 100 \$ la unidad, pero logró que comprara un dibujo de 35 \$. Andy era excelente para lograr separar a los coleccionistas de su dinero, y muchos se hicieron más ricos gracias a eso. Su metamorfosis en una persona «pop» fue calculada y deliberada. La presunción quedó atrás cuando fue evolucionando gradualmente de una persona sofisticada, que tenía un abono en el Metropolitan Opera, hacia una especie de persona mascadora de chicle, aparentemente ingenua, adicta a las formas más bajas de la cultura «pop». Cuando esperaba visitas importantes del mundo artístico, defensores influyentes del nuevo arte, como Ivan Karp o Henry Geldzahler, Andy sustituía la música clásica por una canción «pop». Había preparado deliberadamente su tocadiscos para que la misma canción «pop» se oyera una y otra vez, subrayando de forma narcótica las imágenes unitarias que reglamentaba estrictamente en sus lienzos (22).

En 1960 Warhol comenzó a utilizar por primera vez personajes de tiras cómicas en sus pinturas: Dick Tracy, Saturday's Popeye y Superman, así como dos cuadros de botellas de Coca-Cola. Fairfield Porter realizó un retrato doble de Bob Cavey y Warhol.

NATHAN GLUCK: Incluso antes de su intensa participación en la pintura «pop», Andy deseaba hacer grabado. Al principio tallamos bloques lisos de madera de balsa (por ejemplo, creo que hicimos una botella de Coca en dos colores). Después descubrimos que se podía trabajar más fácilmente y con mayor rapidez con esteatita. Pudimos obtener un par de bloques grandes de este material jabonoso, marrón dorado, y comenzamos a tallar pájaros, flores, cestos, fresas, almendras, estrellas, corazones, soles apareciendo entre las nubes y cosas así. Después las utilizamos, por así decir, como matrices para grabar, trabajando con tinta. Así podíamos colorear las superficies. Andy realizó un par de motivos en papel de envolver de 18 por 24 pulgadas. Imprimimos ramos, naturalezas muertas y otros conjuntos y después los coloreamos. Cuando había que hacer algo de un tamaño muy grande, lo imprimíamos por secciones en línea emborrada o lo dibujábamos a línea y después lo punteábamos (23).

WARHOL: *Sin embargo, había veces que no seguía ningún consejo, como cuando le dije a Henry (Geldzahler) que iba a abandonar las tiras cómicas y él no creyó que lo haría. Ivan (Karp) acababa de enseñarme los puntos de Ben Day de*

Lichtenstein y pensé: «Oh, ¿por qué no habré pensado en eso?» En ese momento decidí que ya que Roy hacía los comics muy bien, yo dejaría los comics e intentaría ir en otras direcciones en las que pudiera ser el primero como cantidad y repetición. Henry me dijo: «Oh, pero tus comics son fabulosos; no son mejores o peores que los de Roy. El mundo puede utilizar ambos, son muy diferentes.» Sin embargo, más tarde Henry reconoció: «Desde el punto de vista de la estrategia y la visión militar, naturalmente tenías razón. Ese territorio ya había sido ocupado» (24).

En 1961 Warhol utilizó los comics para decorar escaparates en Bonwit Teller y Lord and Taylor. Compró un dibujo de Jasper Johns, por 350 \$, a Leo Castelli, y fue presentado a Johns y Robert Rauschenberg por Emile de Antonio. Comenzó una colaboración con Ivan Karp, director de la Galería Castelli, y se hizo amigo de Henry Geldzahler.

IVAN KARP: (Warhol) era muy reservado y tímido; parecía sumamente perceptivo de lo que ocurría en el mundo artístico. Me preguntó si había alguna cosa de más interés poco corriente en la galería. Cogí una pintura de Roy Lichtenstein para enseñársela. Era la pintura de una muchacha sosteniendo un balón de playa sobre la cabeza... Andy, mirándolo, dijo asombrado: «Ohhhh, yo estoy haciendo trabajos exactamente como éste» (25).

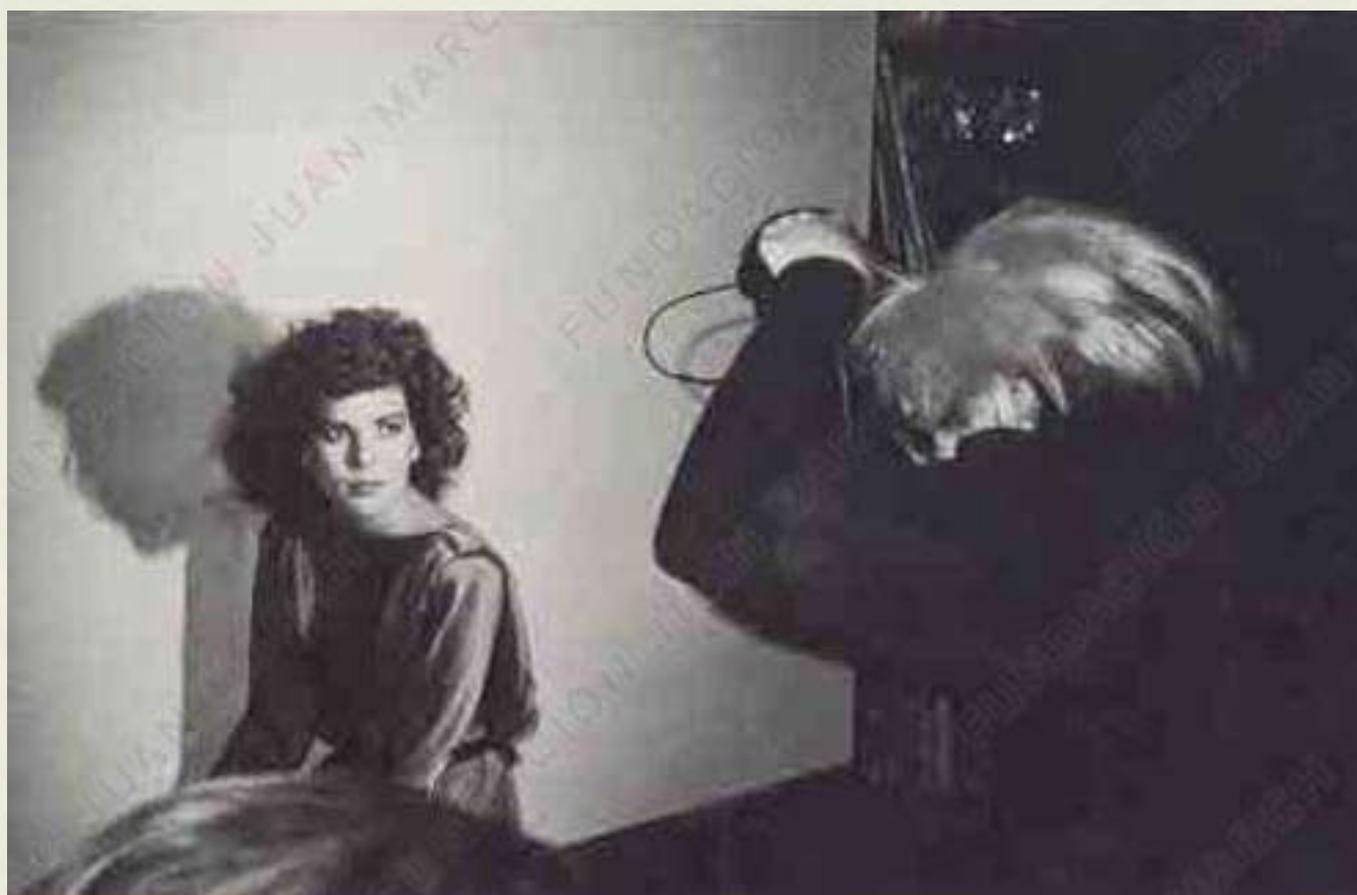
WARHOL: De (Emile de Antonio) era tan buen amigo tanto de Jasper como de Bob (Rauschenberg), que imaginé que probablemente podría decirme algo que quería saber desde hacía mucho tiempo: ¿por qué no les gustaba? Siempre que les veía me negaban el saludo. Así que cuando el camarero trajo el brandy, finalmente solté la pregunta y De me dijo: «Está bien, Andy; si realmente quieres saber la verdad, te lo diré. Eres demasiado elegante y eso les preocupa.» Me sentí avergonzado, pero De no se detuvo. Estoy seguro que se dio cuenta de que había herido mis sentimientos, pero le había hecho una pregunta e iba a darme una respuesta completa. «Primero, la sensibilidad del Expresionismo posabstracto es, naturalmente, una sensibilidad homosexual, pero estos dos tipos llevan trajes de tres botones —estuvieron en el ejército o en la marina o algo así—. En segundo lugar, les pones nerviosos porque coleccionas pinturas, y es tradicional que los artistas no compren el trabajo de otros artistas, eso no se hace. Y en tercer lugar, finalizó De, eres un artista comercial, lo que realmente les fastidia porque cuando ellos hacen arte comercial, escaparates y otras cosas que les busco, lo hacen simplemente para sobrevivir. Ni siquiera utilizan sus nombres reales. Mientras que tú has ganado premios. Eres famoso por eso» (26).

El motivo de los billetes de dólar aparece en el trabajo de Warhol a principios de 1962. Comenzó utilizando la fotoserigrafía como un medio artístico y lanzó productos comerciales como las latas de sopa Campbell. En julio Warhol expuso en la Galería Ferus, en Los Angeles, y en octubre participó en una exposición de «arte pop». Realizó retratos en serigrafía de Marilyn Monroe poco después de su muerte el 5 de agosto de 1962. Animada por Emile de Antonio, Eleanor Ward expuso el trabajo reciente de Warhol en la Galería Stable de Nueva York, causando una gran sensación. En noviembre de 1962 se celebró una de las más importantes exposiciones «pop», *The New Realists*, organizada por la Galería Sidney Janis de Nueva York.

MURIEL LATOW: «De acuerdo», dijo Muriel. «Y ahora dime, Andy, ¿qué es lo que más te gusta de todo?»
«No lo sé», dijo Andy. «¿Qué?»
«El dinero», dijo Muriel. «¿Por qué no pintas dinero?» (27).

WARHOL: *Traté de hacerlo a mano, pero descubrí que era más fácil utilizar una trama. De esta forma no tengo que trabajar en absoluto con mis objetos. Uno de mis ayudantes o cualquier otra persona puede reproducir el diseño tan bien como yo* (28).

JOHN COPLANS: Julio de 1962, Los Angeles. El escenario es la Galería Ferus, una pequeña sala en la Cienaga Boulevard. Acabo de entrar, librándome del cálido sol de California. En el interior, la galería artificialmente iluminada está fresca. Colgados a intervalos regulares, en una línea a lo largo de tres de las paredes pintadas de blanco de la galería, están 32 cuadros pequeños con marcos de madera, 32 imágenes pintadas a mano de latas de sopa Campbell. Son todas idénticas, excepto en que cada una tiene un nombre diferente de sopa en su etiqueta. Y allí están todos los sabores de Campbell. La exposición me fascina. Vuelvo varias veces mientras dura. Finalmente arrinconó a Irving Blum, el propietario. ¿Sabe algo sobre el pintor? Muy poco. Sólo que se trata de un artista comercial y de éxito. ¿Ha expuesto alguna galería de Nueva York su trabajo? No; ninguna. ¿Habla Warhol sobre lo que está haciendo? ¿Lo explica? No, parece que evita las explicaciones. ¿Cómo encontró Blum estos trabajos? Alguien (creo que fue Henry Geldzahler) le habló de Warhol, así que fue a verle. ¿Hay alguien más en Nueva York que trabaje así? Sí, un tipo llamado Roy Lichtenstein, y Leo Castelli está preparándole una exposición. ¿Se conocen Warhol y Lichtenstein? No; realmente no. Cada uno había llevado por separado su trabajo a Castelli, lo había dejado allí y después se habían descubierto el uno al



*Warhol con Debbie Harry, estrella del rock del grupo Blondie, 1980,
y con Carolina de Mónaco, 1983.*

otro. ¿Por qué Blum se había decidido a exponer esas pinturas de Warhol? Blum dice que considera que son estupendas; y también porque estaban disponibles, ya que Castelli decidió exponer las de Lichtenstein y no las de Warhol (29).

Ivan Karp y Henry Geldzahler fueron a buscar una galería nueva para exponer el trabajo de Warhol. Geldzahler sugirió que comenzara la serie *Death and Disaster* (Muerte y Desastre), cuyo primer motivo era el espectacular *New York Mirror*, la primera página del 4 de junio de 1962, con el titular «129 Die in Jet!» (129 muertos en accidente aéreo).

WARHOL: Fue Henry quien me dio la idea de comenzar la serie *Death and Disaster* (Muerte y Desastre). Estábamos comiendo un día durante el verano (de 1962)... y dejó el *Daily News* sobre la mesa. El titular era «129 DIE IN JET». Y eso fue lo que me hizo empezar la serie de la muerte, accidentes de automóvil, desastres, sillas eléctricas... (30).

G. R. SWENSON: ¿Cuándo comenzó la serie sobre la muerte?

WARHOL: Creo que fue con motivo de la foto del gran avión que se había estrellado, publicada en la primera página de un periódico: 129 DIE (129 muertos). Estaba también pintando los retratos de Marilyn. Me di cuenta de que todo lo que estaba haciendo se relacionaba con la muerte. Era Navidad o el Día del Trabajo –un día festivo– y cada vez que ponía la radio decían algo como «cuatro millones van a morir». Eso me hizo empezar. Pero cuando se ve una imagen espantosa una y otra vez, ya no tiene realmente ningún efecto (31).

Desde agosto de 1962 hasta finales de ese año Warhol produjo alrededor de dos mil pinturas. En 1963 se trasladó a un nuevo estudio en el East Side, en una estación de bomberos vacía en la calle 87. Conoció a Gerard Malanga, un joven poeta que se convirtió en su ayudante.

GERARD MALANGA: Comencé mi trabajo con Andy en su anterior estudio, una estación de bomberos condenada en la calle 87, entre Lexington y la Tercera Avenida. La ciudad había subastado el edificio y un agente se lo alquiló a Andy por 150 \$ al mes, hasta que algún día le pidieran que lo abandonara. Comenzamos prácticamente de inmediato a hacer la trama para serigrafía de un retrato de Elizabeth Taylor, sobre un lienzo que habíamos preparado aplicándole un fondo de pintura de plata rociada. El trabajo no era tan difícil, pero algún tiempo después se puso bastante sucio y hubo que limpiar la trama con Varnolene (32).

La serie sobre la muerte comenzó con los *Tunafish Disasters* (Desastres del Atún), *Suicides* (Suicidas) y *Electric Chairs* (Sillas Eléctricas). Se montó una segunda exposición en la Galería Ferus de Los Angeles, en el otoño de 1963, que incluía a Liz Taylor (en lugar de Marilyn Monroe) y trabajos muy recientes tales como el retrato de Elvis Presley. Una innovación en la imaginería de Liz Taylor fue la utilización de un fondo de plata. El cuadro de Elvis le representaba de cuerpo entero.

WARHOL: La serie de la muerte que hice estaba dividida en dos partes: la primera sobre muertes de famosos y la segunda sobre personas de las que nadie había oído hablar y que creía que la gente debía pensar en ellas alguna vez: la chica que se arrojó desde el edificio Empire State, o las mujeres que comieron el atún envenenado y la gente que muere en los accidentes de coche. No es que lo sienta por ellos, es simplemente que la gente pasa y realmente no les importa que alguien desconocido haya muerto, y pensé que sería agradable para esas personas desconocidas ser recordadas por aquellos que, normalmente, no pensarían en ellas (33).

WARHOL: No creerían la cantidad de personas que colgarían un cuadro de una silla eléctrica en su habitación, especialmente si el color del cuadro entona con las cortinas (34).

WARHOL: No creo estar representando los principales símbolos sexuales de nuestra época en algunos de mis cuadros, tales como Marilyn... o Liz Taylor. Simplemente veo a Marilyn como a otra persona cualquiera. Y respecto a si es simbólico pintar a Marilyn en colores tan violentos: es la belleza, y ella es bella, y si algo es bello son los colores bonitos, eso es todo. El cuadro de Marilyn era parte de una serie sobre la muerte que estaba haciendo, sobre personas que murieron de formas diferentes. No había una razón profunda para hacer una serie sobre la muerte, no son víctimas de su época; no había ninguna razón profunda en absoluto para hacerlo, simplemente una razón superficial (35).

WARHOL: No hubiera impedido a Marilyn que se matara, por ejemplo. Creo que cada uno debe hacer lo que desea hacer y si eso la hacía más feliz, entonces es lo que debía hacer (36).

WARHOL: *Entran más deseos de besar a las personas cuando no llevan maquillaje. No daban ganas de besar los labios de Marilyn, pero eran muy fotogénicos* (37).

GERARD MALANGA: En las serigrafías de Elvis Presley la imagen aparece ligeramente impuesta sobre sí misma, quizá tres o cuatro veces. Era una idea que saqué de un proceso fotográfico que le presenté a Andy... Cecil Beaton había hecho algo parecido en uno de sus primeros libros de fotografía, un truco parecido al efecto de detener el movimiento (38).

En noviembre de 1963 Warhol encontró un estudio y apartamento en la calle 47 que pronto llegó a ser conocido como «The Factory» (La Fábrica). La serie de Jackie Kennedy comenzó allí en diciembre.

WARHOL: *La localización era estupenda: la calle 47 y la Tercera Avenida. Siempre veíamos a los que participaban en manifestaciones cuando se dirigían hacia el edificio de las Naciones Unidas para sus mítines. El Papa pasó una vez por la calle 47 cuando se dirigía hacia San Patricio. Khrushchev pasó también una vez. Era una calle buena y ancha. La gente famosa había comenzado a venir por el estudio para echar una ojeada a la fiesta en curso, me imagino: Kerouac, Ginsberg, Fonda y Hopper, Barnett Newman, Judy Garland, los Rolling Stones. Los Velvet Underground habían comenzado a ensayar en una parte del piso alto, justamente antes de que hiciéramos juntos una exposición sobre los medios de comunicación y comenzáramos nuestro viaje por el país en 1963* (39).

La primera exposición individual de Warhol en Europa, consagrada a la serie *Flowers (Flores)*, se celebró en enero de 1964 en Ileana Sonnabend, París.

WARHOL: *Pensé que a los franceses probablemente les gustarían las flores a causa de Renoir y los demás* (40).

Hizo las *Heinz Ketchup Boxes (Cajas de Catsup Heinz)*. Después, en abril de 1964, presentó las *Brillo Boxes (Cajas Brillo)* y otros objetos nuevos en su segunda exposición en la Galería Stable de Eleanor Ward, en Nueva York. A causa de su gran parecido con los originales, *Boxes (las Cajas)* fueron recibidas con desconcierto y duras críticas. Warhol compró una grabadora y una cámara de cine y comenzó a filmar a sus amigos inicialmente en el acto de comer plátanos.

WARHOL: *El mejor ambiente en el que puedo pensar es una película, porque tiene tres dimensiones físicas y dos dimensiones emocionales* (41).

WARHOL: *Mis primeras películas utilizando objetos de escritorio se hicieron también para ayudar a las audiencias a conocerse mejor. Normalmente, cuando se va al cine, se sienta uno en un mundo de fantasía, pero cuando vemos algo que nos molesta nos sentimos más cerca de las personas que están junto a nosotros. Las películas están logrando algo más de lo que puede hacer el teatro o los conciertos, donde simplemente hay que sentarse allí, y creo que la televisión hará todavía más que las películas. Pueden hacer más cosas mirando mis películas que con otro tipo de películas: pueden comer y beber y fumar y toser y mirar a otro sitio y después volver a mirar y todavía seguirán estando ahí* (42).

Ese mismo año, 1964, Warhol recibió el encargo de hacer un mural para el Pabellón del Estado de Nueva York, diseñado por Philip Johnson. *Thirteen Most Wanted Men (Los trece hombres más buscados)* estaba basado en unos carteles de «se busca» del FBI realizados en rotograbado. Comprendían veinticinco paneles cuadrados realizados en esmalte y dispuestos cinco a lo alto por cinco atravesados, y la imagen fue pintada después en plata por el mismo Warhol.

WARHOL: *En cierta forma me alegré de que el mural desapareciera: así no tendría que sentirme responsable si uno de los criminales hubiera sido entregado al FBI porque alguien lo había reconocido en mis pinturas* (43).

Noviembre de 1964 trajo la primera exposición de Warhol con Rauschenberg en Leo Castelli. Una vez más expuso *Flowers (Flores)*. Mientras tanto, se había creado una historia sobre este tema, porque se había basado en una fotografía que había ganado un premio en un concurso para amas de casa en una revista de modas, y había sido



Warhol en la Gran Muralla, China, 1982, y en el bosque de Boulogne, París, 1981.

reconocido por su autora. Una mujer (pero no la misma) vino a la «Factory» y disparó contra los retratos de Marilyn Monroe con un revólver.

GERARD MALANGA: Encontró sus famosas flores en un catálogo botánico. Dijo: «Mira, haz que hagan esto en una trama para serigrafía.» Una mujer reconoció su fotografía de las amapolas y creyó que se merecía algo. Puedo entender sus sentimientos sobre el tema. Fue años antes de que todo el asunto quedara resuelto en los tribunales (44).

Después de conocer a Naomi Levine, Warhol comenzó a consagrar más tiempo a hacer películas. Los actores provenían de la cantera de «Factory», incluyendo a Baby Jane Holzer, Gerard Malanga, al crítico Pierre Restany y a la artista Marisol. Ronald Tavel se convirtió en el guionista. Las primeras películas fueron *Kiss*, *Haircut*, *Eat*, *Empire* (que ganó el Premio a la Mejor Película Independiente de ese año), *Harlot*, *The Thirteen Most Beautiful Women* y *The Thirteen Most Beautiful Boys*. Warhol continuó haciendo películas durante los años siguientes.

RONALD TAVEL: Mi trabajo consistía en lograr que no tuviera sentido..., mi problema como escritor del guión era lograr guiones que no significaran nada, sin importar su planteamiento... Andy había dicho: «Deshazte del argumento...» Así que pensé que lo que podía hacer era deshacerme de los personajes. Por eso los nombres de los personajes en *Kitchen* son intercambiables. Todos tienen el mismo nombre, así que nadie sabe quién es quien (45).

En 1965 Warhol continuó la serie *Desastres* con *Bomba Atómica*. Su primera exposición individual en un museo tuvo lugar en el Instituto de Arte Contemporáneo de Filadelfia. En mayo tuvo lugar su segunda exposición en Ileana Sonnabend, en París. Desarrolló una estrecha amistad con Edie Sedgwick, una de las protagonistas de *Poor Little Rich Girl*, y ella y Warhol aparecieron en público vestidos iguales. Después hizo *Vinyl*, una película sadomasoquista interpretada por Gerard Malanga y Edie Sedgwick, y Paul Morrissey se unió al equipo cinematográfico de «Factory». Se estrenaron las películas *Bitch*, *Restaurant* y *Kitchen*. Después del gran éxito de su exposición de Filadelfia y de la amplia distribución de sus películas, el estudio de Warhol se inundó de visitas y hubo que llevar los cuadros a un lugar seguro. Warhol decidió abandonar la pintura.

WARHOL: *Había cuatrocientas personas apiñadas en dos cuartos. Tuvieron que quitar todos mis cuadros —mi «retrospectiva»— de las paredes porque se estaban aplastando. Era fabuloso: una inauguración artística sin arte. Sam estaba allí erguido, con su chaqueta blanca y su corbata de seda Green Stamps, los miembros de la junta consultiva se movían también por allí con sus blusas de seda Green Stamps, y dije a la prensa que, en cualquier caso, nadie venía a una inauguración artística para ver arte. La música estaba a todo volumen y los chicos se movían al ritmo de canciones como "Dancin' and Pancin", "It's All Over Now" y "You Really Turn Me On"» (46).*

En 1966 Warhol realizó una exposición en la que se incluían medios de comunicación múltiples, con los Velvet Underground y el cantante alemán Nico. Una combinación de música rock e interpretación, llamada inicialmente *Erupting Plastic Inevitable* y posteriormente *Exploding Plastic Inevitable*, y que se presentó en la discoteca Dom de Nueva York. Warhol comenzó a rodar la película *The Chelsea Girls* en San Francisco. La película terminada duraba tres horas y media en proyección dual, y se convirtió en la primera película «underground» estrenada en un verdadero cine, el Cinema Theater de Los Angeles. Warhol llevó *The Chelsea Girls* a Cannes, pero no logró que la exhibieran. Ese mismo año rodó **** (*Four Stars*), una película sonora y en color que duraba veinticuatro horas. Y pintó su autorretrato.

El Moderna Museet de Estocolmo compró *The Twenty-Five Marilyns (Las veinticinco Marilyns)* (1962).

WARHOL: *Parecía que todo estaba empezando... La contracultura, la subcultura, el pop, superestrellas, drogas, luces, discotecas, todo lo que pensamos como de la juventud comenzó probablemente entonces. Siempre había una fiesta en algún sitio: si no había una fiesta en una bodega, había una en un tejado; si no había una fiesta en el metro, había una en un autobús; si no había una en un barco, había una en la estatua de la Libertad. La gente se pasaba el día vistiéndose para una fiesta. All Tomorrow's Parties era el nombre de una canción que los Velvets normalmente cantaban en Dom cuando el Lower East Side comenzó a librarse de su estatus de inmigrantes y a ponerse de moda. ¿Qué trajes debe ponerse la pobre chica / Para todas las fiestas de mañana...? —realmente me gustaba esa canción. Los Velvets la tocaban y Nico la cantaba (47).*

WARHOL: *Chelsea Girls fue la película que hizo que todo el mundo se levantara o se diera cuenta de que estábamos haciendo películas (y muchas veces eso significaba levantarse, permanecer en pie y salir). Hasta entonces la actitud general hacia lo que hacíamos era que se trataba de algo «artístico», o «camp», o «afectado», o simplemente «aburrido». Pero después de Chelsea Girls, palabras como degenerado, molesto, homosexual, drogado, desnudo y real, comenzaron a utilizarse aplicadas a nosotros de forma regular (48).*

En su última exposición con Leo Castelli, en abril de 1966, Warhol presentó *Cow Wallpapers* y *Silver Pillows*; el motivo de la vaca, igual que antes las flores, lo tomó de un concurso de fotografía de una revista. Su siguiente proyecto fue una serie de *Campbell's Soup Cans* (Latas de sopa Campbell).

En 1967 Warhol realizó secuencias en serigrafía, comenzando con *Marilyn Monroe*, y preparó carpetas de diez serigrafías cada una. En el mes de agosto le invitaron a dar una conferencia en Los Angeles, pero decidió rápidamente que la tarea era desagradable y delegó en Allen Midgette, que se hizo pasar por Andy hasta que el engaño se descubrió en octubre. La serie completa de *Thirteen Mos Wanted Men* se exponía en Ileana Sonnabend en París. Ese mismo año «Factory» se trasladó a Union Square West.

En la Expo'67 de Montreal se expusieron seis autorretratos. Warhol conoció a Fred Hughes, con el que empezaría una estrecha colaboración en 1969.

WARHOL: *Como no quería pintar más pensé que podía abandonarlo y hacer películas. Y entonces pensé que debía haber una forma para terminar con ello y creí que la única forma era hacer una pintura que flotara. Y le pedí a Billy Kluver que me ayudara a hacer pintura que flotara, y él lo pensó y salió con lo de la plata. Como sabía que me gustaba la plata pensó en las cosas de plata en las que trabajo ahora, y la idea era rellenarlas con helio y sacarlas por la ventana para que se alejaran flotando, y así se tiene un objeto menos alrededor. Y es... bueno, es la forma de terminar con la pintura y... (49).*

WARHOL: *En realidad había anunciado que me retiraba del arte. Pero entonces las Silver Space Pillows (Almohadas del Espacio de Plata) no se fueron flotando y mi carrera tampoco se fue flotando. Incidentalmente, siempre había dicho que el plata era mi color favorito porque me recordaba el espacio, pero ahora estoy volviendo a considerar todo esto (50).*

WARHOL: *Siempre estoy tratando de descubrir si cuando una mujer es divertida puede ser todavía más hermosa. Existen actrices muy atractivas, pero si hay que elegir entre decir que son hermosas o divertidas, siempre se escoge divertidas. Algunas veces creo que la belleza extrema debe ser absolutamente carente de humor. Pero entonces pienso en Marilyn Monroe y ella tenía las mejores líneas de lo cómico. Podría haber sido muy divertida si hubiera encontrado la comedia adecuada. Podríamos estar riéndonos hoy en día con los sketches sobre El Show de Marilyn Monroe (51).*

Screen Test - A Diary, un proyecto conjunto con Gerard Malanga, se publicó en 1967, seguido en 1968 por *Intransit*, *The Andy Warhol-Gerard Malanga Monster Issue*, y por *A Novel by Andy Warhol*, una transcripción fidedigna de una grabación de veinticuatro horas de los sonidos y conversaciones en «Factory». El 3 de junio, Valerie Solanis, miembro único de SCUM (Sociedad para Hacer Pedazos a los Hombres), disparó contra Warhol, que pasó dos meses en el hospital en estado crítico. En septiembre, su película *Blue Movie* fue censurada por obscenidad.

En 1968 se celebró una importante exposición de Warhol en el Moderna Museet, de Estocolmo, que después se trasladó al Stedelijk Museum de Amsterdam, a Documenta, Kassel, en Alemania Occidental, a Kunsthalle en Berna y a Oslo.

CARTER RATCLIFF: *Hubo una llamada telefónica de Viva, que había conseguido un papel en Midnight Cowboy, de John Schlesinger. Como Warhol estaba cansado de los cotilleos de Viva sobre la película, le pasó el teléfono a Fred Hughes y se oyó un sonido explosivo y agudo. Se volvió y vio a Valerie Solanis apuntándole con una pistola y disparando. Disparó una vez más. Warhol cayó sin saber si le había dado o no. Trató de esconderse bajo una mesa. Solanis se acercó, todavía disparando, y Warhol recibió dos tiros que le afectaron ambos pulmones, el estómago, el hígado, el bazo y el esófago. Después Solanis disparó a Mario Amaya en la cadera. Como todavía podía moverse, Amaya se dirigió hacia otra habitación. Solanis le siguió pero no pudo abrir la puerta. Después trató de entrar en la oficina de Warhol, donde Jed Johnson logró mantener la puerta cerrada. Cuando apuntó con su pistola a Fred Hughes, éste dijo «Por favor, no dispaes. Simplemente ¡vetel!», y Solanis se fue hacia el ascensor, apretó el botón y volvió a apuntar a Hughes con su pistola. Cuando llegó el ascensor y se abrieron las puertas, él dijo: «Súbete», y ella lo hizo. Tres horas después, Solanis*

se entregaba a la policía declarando que había disparado contra Warhol porque «tenía demasiado control sobre mi vida» (52).

WARHOL: *Siempre me preocupa que cuando las personas chifladas hacen una cosa, vuelvan a hacerla algunos años después sin recordar siquiera que ya la han hecho, y piensan que lo que están haciendo es algo totalmente nuevo. A mí me dispararon en 1968 y esa fue la versión de 1968. Pero después tenía que pensar: «¿Querrá alguien hacer una nueva versión en 1970 de los disparos contra mí?» Así que esos son otro tipo de admiradores (53).*

En 1970 Warhol diseñó *Clouds*, un conjunto para el ballet de Merce Cunningham *Rainforest*. Y una vez más decidió dejar de pintar. John Wilcock, editor del periódico *Other Scenes*, le animó para que colaborara en una nueva publicación periódica; *Interview*, y Gerard Malanga se convirtió también en colaborador.

Ese mismo año Warhol posó para el retrato que iba a hacerle Alice Neel. Invitado habitual en las mejores fiestas de Nueva York, se mezcló con las estrellas del escenario musical y conoció a celebridades tales como Elizabeth Taylor, Liza Minelli, Marisa Berenson, Muhammad Ali, Paulette Goddard, Ginger Rogers, Rudolf Nureyev, Willie Brandt y Henry Kissinger. Estos contactos produjeron una serie de encargos de retratos. Cuando no estaba en la Casa Blanca o en el apartamento de Halston, Andy se encontraba normalmente en la discoteca Studio 54. Organizó una exposición para el Museo de Arte de la Escuela de Diseño de Rhode Island titulada *Raid the Icebox I with Andy Warhol*.

WARHOL: *Lo que es estupendo en este país es que América comenzó la tradición de que los consumidores más ricos compran básicamente las mismas cosas que los más pobres. Uno puede estar mirando la TV y ver Coca-Cola, y saber que el Presidente bebe Coca, Liz Taylor bebe Coca, y uno también puede beber Coca (54).*

En el año 1971 se representó una obra de Warhol, *Porc*, en el Teatro Roundhouse de Londres y se presentó la carpeta *Electric Chairs*. En 1972 Warhol hizo los retratos de Mao y de Mick Jagger, al igual que los *Marilyns*. Estas secuencias en serigrafía consistían en diez variaciones cada una, pero con detalles añadidos a mano. Después vino una secuencia sobre un estreno del ballet de Cunningham en París.

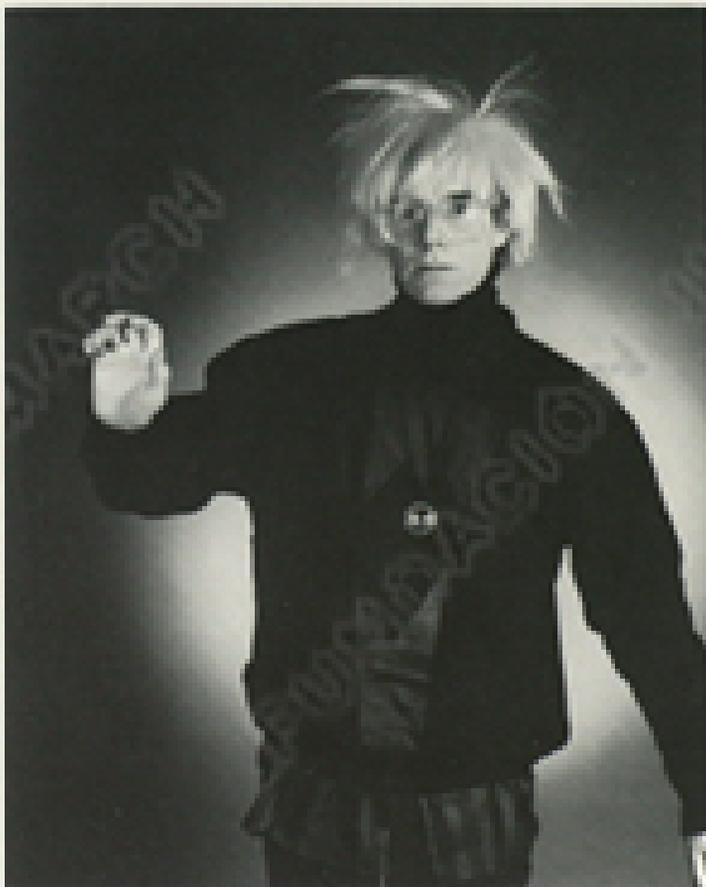
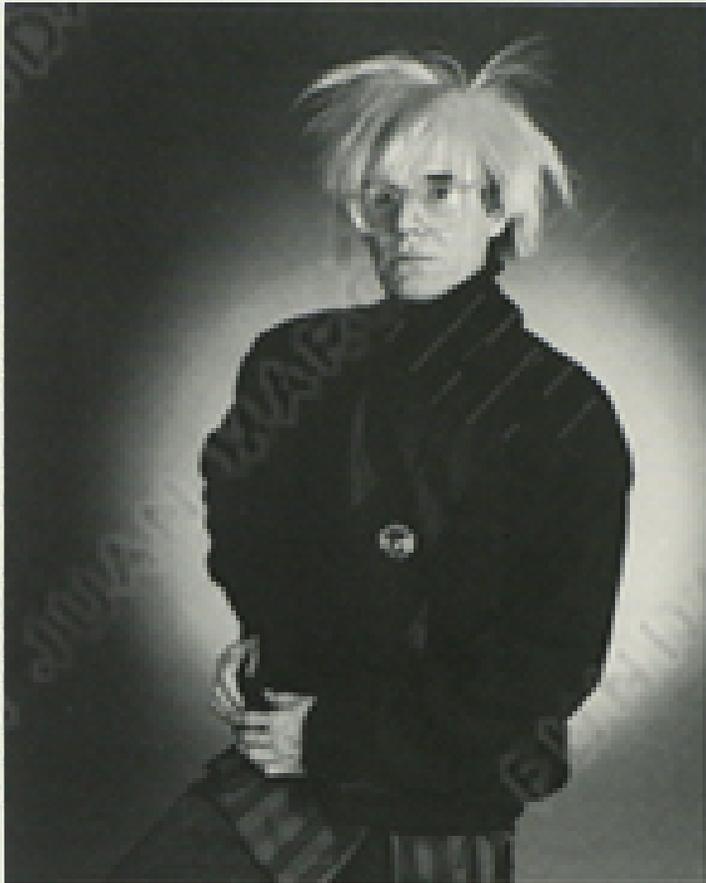
WARHOL: *Realmente yo todavía preferiría hacer simplemente una serigrafía de la cara, sin nada del resto, pero la gente espera algo más. Por eso pongo todo ese dibujo (55).*

En 1974 se expusieron casi dos mil variaciones de Mao en una exposición en el Musée Galliera de París. «Factory» se trasladó de nuevo a un lugar todavía mayor, en la zona norte de Union Square. El año siguiente se publicó *The Philosophy of Andy Warhol*. En 1976, Kunstverein presentó una exposición retrospectiva de los dibujos del artista, comenzando en Stuttgart y recorriendo toda Alemania Occidental. Warhol comenzó a trabajar en las series *Hammer and Sickle* y *Skull*.

En 1977 su colección de arte folk se expuso en el Museo de Arte Folk Americano de Nueva York. El año siguiente trajo una amplia retrospectiva de Kunstverein de Zurich, y Warhol y su madre se mudaron a un edificio cerca de la calle 89. Se inauguró el restaurante *Andymat*. Warhol completó *Sex Parts*, una secuencia controvertida en serigrafía sobre temas homosexuales y pornográficos. En 1978 hizo un nuevo autorretrato.

WARHOL: *Personalmente me encanta el porno y compro montones de porno constantemente, material realmente sucio, excitante. Todo lo que hay que hacer es imaginar lo que le gusta a uno y después comprar las revistas sucias y las películas que son adecuadas para uno, igual que uno coge las píldoras apropiadas o las latas de comida que más le gustan (56).*

En el otoño de 1979, el Museo Whitney de Arte Americano de Nueva York presentó una exposición llamada *Andy Warhol: Portraits of the 70s (Andy Warhol: Retratos de los 70)*. Seis meses después se publicó el libro *Exposures* y en 1980 la TV de Andy Warhol comenzó a emitir por cable. Acto seguido apareció *Ten Portraits of Jews in the Twentieth Century*. Se publicó *POPism - The Warhol '60s*, una autobiografía escrita en colaboración con Pat Hackett, y la amplia obra fotográfica de Warhol comenzó a aparecer en forma de libros: *América* en 1981 y cinco años después *Andy Warhol's Photographs*.



Warhol en el estudio Makos, 1985.

La serie *Myths, Reversals and Retrospectives* volvió a tomar temas y motivos de los años 60. La exposición de Westkunst en Colonia incluyó cinco pinturas de la serie *Disaster*, y en Documenta 7, Kassel, Alemania Occidental, se expusieron la secuencia *Oxidations* e imágenes con motivos fascistas. Warhol realizó un retrato de Joseph Beuys.

En 1982 la Nationalgalerie de Berlín Occidental presentó una exposición con una selección de su trabajo junto con el de Rauschenberg y Twombly. En 1985 y 1986 Campbell pidió a Warhol que realizara una nueva secuencia en serigrafía de sus envases actualizados. Después de realizar un cierto número de pinturas basadas en detalles de trabajos artísticos famosos de diversos museos, Andy se sentaba detrás de un panel de cristal en el club nocturno Area de Nueva York, donde se presentaban frecuentemente espectáculos con personas y animales vivos.

El 22 de enero de 1986 se inauguró una exposición en Milán que presentaba su amplio trabajo *The Last Supper*, basado en los frescos de Leonardo. Warhol comenzó una serie de imágenes que ilustraban los cien años de historia del automóvil.

WARHOL: *Cuando mi tiempo termine, cuando muera, no quiero dejar ningún resto. Y yo tampoco quiero ser un resto. Esta semana estaba mirando la TV y vi a una mujer que entraba en una máquina de rayos y desaparecía. Era maravilloso, porque la materia es energía y ella simplemente desapareció. Ese podría ser realmente un invento americano, el mejor invento americano: poder desaparecer. Quiero decir, de forma que no pudieran decir que se ha muerto, que no pudieran decir que le han asesinado, que no pudieran decir que se suicidó. Lo peor que puede ocurrirle a una persona cuando se le acaba el tiempo es que la embalsamen y la entierren en una pirámide. Siento verdadera repulsión cuando pienso en los egipcios sacando cada órgano y embalsamándolo separadamente en su propio receptáculo. Quiero que mi maquinaria desaparezca. Sin embargo, realmente me gusta la idea de que las personas se conviertan en arena o en algo así, de forma que la maquinaria continúe trabajando después de la muerte. Creo que desaparecer es un trabajo que la maquinaria todavía tiene que hacer. Como yo creo en el trabajo, creo que no debo pensar en desaparecer cuando muera. Y en cualquier caso sería de lo más atractivo reencarnarse en forma de un gran anillo en el dedo de Pauline de Rothschild (57).*

El 22 de febrero de 1987 Warhol murió a causa de complicaciones posquirúrgicas en un hospital de Nueva York.

WARHOL: *Había un broche de oro con un diamante al estilo de los años 40 que me gustaba porque me recordaba los buenos viejos tiempos.*
—¿Puedo ver ése?
—¿Este? —dijo el vendedor, cogiéndolo como si fuera una araña viuda negra.
—¿Está firmado por alguien?
—No.
—¿Es un diamante bueno?
—¿Que si es un diamante bueno? —de repente, la viuda negra se había convertido en una mariposa—. Sí, señor. Es una compra muy buena. Es un Estate Piece. El diamante tiene dos quilates.
—Vámonos, B —murmuró—. Este tipo es horrible.
Mientras nos dirigíamos hacia el ascensor, oí a un cliente que preguntaba al vendedor del otro mostrador:
—¿Quiere decir que puede no tener otro hasta dentro de tres años?
—Eso es. Vuelva dentro de tres años.
—¿Pero el precio será el mismo?
—No sé si el precio será el mismo mañana.
Entré en el ascensor, frustrado porque un vendedor me hubiera impedido comprar.
—¿Cómo es que te gusta tanto la joyería, A? —preguntó B.
—La joyería no me gusta demasiado. Vamos a comprar unas plantillas del Dr. School. La joyería nunca sustituirá al Dr. School.
—Prefiero la joyería —dijo B.
—¿Por qué?
—Porque un diamante es para siempre —dijo B.
—¿Para siempre qué? (58).

CHRISTOPH BECKER

NOTAS

- (1) Andy Warhol, *The Philosophy of Andy Warhol*, Nueva York, 1975, p. 21.
- (2) *Ibid.*, p. 103.
- (3) *Ibid.*, p. 22.
- (4) Carter Ratcliff, *Andy Warhol*, Nueva York, 1983, p. 12.
- (5) *The Philosophy of Andy Warhol*, pp. 21 f.
- (6) Philip Pearlstein en «Andy Warhol 1928-1987», *Art in America*, vol. 75, mayo 1978, p. 138.
- (7) Calvin Tomkins, «Raggedy Andy» en John Coplans, *Andy Warhol*, Nueva York, n.d. (1970), pp. 8-9.
- (8) *Andy Warhol: Das zeichnerische Werk*, exh. cat., Württembergischer Kunstverein, Stuttgart, 1976, pp. 18-19.
- (9) *Ibid.*, p. 23.
- (10) James Fitzsimmons, «Irving Sherman, Andy Warhol», *Art Digest*, vol. 26, julio, 1952, p. 19.
- (11) Barbara Guest, «Warhol and Sherman», *Art News*, vol. 51, septiembre 1952, p. 47.
- (12) «Raggedy Andy», p. 9.
- (13) *Ibid.*
- (14) *Ibid.*, pp. 10 f.
- (15) *Ibid.*, p. 10.
- (16) *Ibid.*
- (17) Parker Tyler, «Andy Warhol», *Art News*, vol. 55, diciembre 1956, p. 59.
- (18) «Egged Andy», p. 9.
- (19) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 96.
- (20) *Andy Warhol: Das zeichnerische Werk*, p. 18.
- (21) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 21.
- (22) David Bourdon en «Andy Warhol 1928-1987», *Art in America*, p. 139.
- (23) *Andy Warhol: Das zeichnerische Werk*, p. 19.
- (24) Andy Warhol y Pat Hackett, *POPism-The Warhol '60s*, Nueva York, 1980, p. 18.
- (25) Jean Stein, ed., con George Plimpton, *Edie: An American Biography*, Nueva York, 1982, p. 185.
- (26) *POPism*, pp. 11-12.
- (27) «Ragged Andy», p. 12.
- (28) Frayda Feldman y Jörg Schellmann, *Andy Warhol: Prints*, Nueva York, 1985, p. 9.
- (29) John Coplans en «Andy Warhol 1928-1987», *Art in America*, p. 141.
- (30) *POPism*, p. 17.
- (31) «¿Qué es el Arte Pop? Entrevistas por G. R. Swenson con Jim Dine, Robert Indiana, Roy Lichtenstein y Andy Warhol», *Art News*, vol. 62, noviembre 1963, p. 60.
- (32) *Andy Warhol: Das zeichnerische Werk*, p. 24.
- (33) «Nada que perder: Entrevista con Andy Warhol por Gretchen Berg», *Cahiers du Cinéma* (Nueva York), vol. 10, 1967, p. 42.
- (34) Erika Billeter, ed., *Andy Warhol. Ein Buch zur Ausstellung 1978 im Kunsthaus Zürich*, exh. cat. Kunsthaus Zurich, 1978, p. 122.
- (35) «Nada que perder», pp. 39-40.
- (36) *Ibid.*, p. 42.
- (37) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 54.
- (38) *Edie*, p. 206.
- (39) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 54.
- (40) John Ashbery, «Andy Warhol produce alboroto en París», *International Herald Tribune*, 18 de mayo de 1965.
- (41) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 60.
- (42) «Nada que perder», p. 42.
- (43) *POPism*, pp. 71-72.
- (44) *Edie*, p. 206.
- (45) *Ibid.*, p. 234.
- (46) *POPism*, pp. 131-132.
- (47) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 25.
- (48) *POPism*, p. 184.
- (49) De una entrevista con Warhol grabada para la cadena CBS, 1966, publicada en *Andy Warhol* de Rainer Crone, Stuttgart, 1970, p. 30.
- (50) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 30.
- (51) *Ibid.*, p. 68.
- (52) Ratcliff, *Andy Warhol*, p. 59.
- (53) *The Philosophy of Andy Warhol*, p. 84.
- (54) *Ibid.*, p. 100.
- (55) Barry Blinderman, «Mitos modernos: una entrevista con Andy Warhol», *Arts Magazine*, vol. 56, octubre de 1981, p. 145.
- (56) *POPism*, p. 294.
- (57) *The Philosophy of Andy Warhol*, pp. 112 f.
- (58) *Ibid.*, p. 141.



Factoría de Warhol, 19 East 32nd Street, Nueva York, octubre 1987.

C A T Á L O G O

PINTURAS

1. Karl Benz con su colaborador comercial Josef Brecht en el automóvil patente Benz de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
2. Karl Benz con su colaborador comercial Josef Brecht en el automóvil patente Benz de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
3. Automóvil patente Benz de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
153x128 cm
4. Automóvil patente Benz de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
153x128 cm
5. Gottlieb Daimler en la parte posterior, y su hijo Adolf al volante de un automóvil Daimler de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
6. Gottlieb Daimler en la parte posterior, y su hijo Adolf al volante de un automóvil Daimler de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
7. Automóvil Daimler de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x128 cm
8. Automóvil Daimler de 1886
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x128 cm
9. Automóvil Daimler de 1886 y automóvil patente Benz de 1886 con pasajeros
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
234x640 cm
10. Benz Mylord Coupé de 1901
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
11. Benz Mylord Coupé de 1901
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
12. Benz Mylord Coupé de 1901
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
13. Benz Mylord Coupé de 1901
1986
Serigrafía, acrílico sobre papel
152,5x127,5 cm
14. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x152,5 cm
15. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x152,5 cm
16. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
17. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
18. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm
19. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x152,5 cm

20. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
21. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
22. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1987
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
234x640 cm
23. Mercedes-Benz 300 SL Coupé de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x153 cm
24. Mercedes-Benz 300 SL Coupé de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102x153 cm
25. Mercedes-Benz 300 SL Coupé de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
26. Mercedes-Benz 300 SL Coupé de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
27. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con
línea aerodinámica de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x153 cm
28. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con
línea aerodinámica de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x153 cm
29. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con
línea aerodinámica de 1954
1987
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
406x457 cm
30. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con
línea aerodinámica de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
31. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con
línea aerodinámica de 1954
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x127,5 cm
32. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111
de 1970
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x128 cm
33. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111
de 1970
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
152,5x128 cm
34. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111
de 1970
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x153 cm
35. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111
de 1970
1986
Serigrafía, acrílico sobre lienzo
102,5x153 cm

DIBUJOS

36. Karl Benz con su colaborador comercial Josef Brecht en el automóvil patente Benz de 1886
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
37. Automóvil patente Benz de 1886
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
38. Gottlieb Daimler en la parte posterior, y su hijo Adolf al volante de un automóvil Daimler de 1886
1986
Grafito sobre papel
102x152,5 cm
39. Automóvil Daimler de 1886
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
40. Benz Mylord Coupé de 1901
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
41. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
42. Automóvil de paseo Mercedes Modelo 400 de 1925
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
43. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
44. Coche de carreras Mercedes-Benz W 125 de 1937
1986
Grafito sobre papel
80x60 cm
45. Coche de fórmula I Mercedes-Benz W 196 R con línea aerodinámica de 1954
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm
46. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111 de 1970
1986
Grafito sobre papel
80x60 cm
47. Automóvil experimental Mercedes-Benz Modelo C 111 de 1970
1986
Grafito sobre papel
60x80 cm

Arte Español Contemporáneo, 1973-1974
(*Agotado*).

Oskar Kokoschka, 1975,
con textos del Dr. Heinz Spielmann (*Agotado*).

Exposición Antológica de la Calcografía Nacional, 1975,
con textos de Antonio Gallego (*Agotado*).

I Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1975-1976 (*Agotado*).

Jean Dubuffet, 1976,
con textos del propio artista (*Agotado*).

Alberto Giacometti, 1976,
con textos de Jean Genêt, J. P. Sartre, J. Dupin (*Agotado*).

II Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1976-1977 (*Agotado*).

Arte Español Contemporáneo, 1977,
Colección de la Fundación Juan March (*Agotado*).

Arte USA, 1977,
con textos de Harold Rosenberg (*Agotado*).

Arte de Nueva Guinea y Papúa, 1977,
con textos del Dr. B. A. L. Cranstone (*Agotado*).

Marc Chagall, 1977,
con textos de André Malraux y Louis Aragon (*Agotado*).

Pablo Picasso, 1977,
con textos de Rafael Alberti, Vicente Aleixandre, José Camón Aznar, Gerardo Diego, Juan Antonio Gaya Nuño, Ricardo Gullón, Enrique Lafuente Ferrari, Eugenio d'Ors y Guillermo de la Torre (*Agotado*).

Ars Médica, grabados de los siglos XV al XX, 1977,
con textos de Carl Zigrosser (*Agotado*).

III Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1977-1978 (*Agotado*).

Francis Bacon, 1978,
con textos de Antonio Bonet Correa (*Agotado*).

Arte Español Contemporáneo, 1978 (*Agotado*).

Bauhaus, 1978,
Catálogo del Goethe-Institut (*Agotado*).

Kandinsky, 1978,
con textos de Werner Haltmann y Gaëtan Picon (*Agotado*).

De Kooning, 1978,
con textos de Diane Waldman (*Agotado*).

IV Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1978-1979 (*Agotado*).

Maestros del Siglo XX. Naturaleza muerta, 1979,
con textos de Reinhold Hohl (*Agotado*).

Goya, Grabados (Caprichos, Desastres, Disparates y Tauromaquia), 1979,
con textos de Alfonso E. Pérez-Sánchez.

Braque, 1979,
con textos de Jean Paulhan, Jacques Prévert, Christian Zervos, Georges Salles, Pierre Reverdy y André Chastel (*Agotado*).

Arte Español Contemporáneo, 1979,
con textos de Julián Gallego (*Agotado*).

V Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1979-1980 (*Agotado*).

Julio González, 1980,
con textos de Germain Viatte (*Agotado*).

Robert Motherwell, 1980,
con textos de Barbaralee Diamondstein (*Agotado*).

Henri Matisse, 1980,
con textos del propio artista (*Agotado*).

Arte Español Contemporáneo, 1980-1981,
en la Colección de la Fundación Juan March (*Agotado*).

VI Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1980-1981 (*Agotado*).

Minimal Art, 1981,
con textos de Phyllis Tuchman (*Agotado*).

Paul Klee, 1981,
con textos del propio artista (*Agotado*).

Mirrors and Windows: Fotografía americana desde 1960, 1981,
Catálogo del MOMA,
con textos de John Szarkowski (*Agotado*).

Medio Siglo de Escultura: 1900-1945, 1981,
con textos de Jean-Louis Prat (*Agotado*).

Piet Mondrian, 1982,
con textos del propio artista (*Agotado*).

Robert y Sonia Delaunay, 1982,
con textos de Juan Manuel Bonet, Jacques Damase, Vicente Huidobro, Ramón Gómez de la Serna, Isaac del Vando Villar y Guillermo de la Torre (*Agotado*).

Pintura Abstracta Española, 60/70, 1982,
con textos de Rafael Santos Torroella (*Agotado*).

Kurt Schwitters, 1982,
con textos del propio artista, Ernst Schwitters y Werner Schmalenbach (*Agotado*).

VII Exposición de Becarios de Artes Plásticas, 1982-1983 (*Agotado*).

Roy Lichtenstein, 1983,
Catálogo del Museo de Saint Louis
con textos de J. Cowart (*Agotado*).

Cartier Bresson, 1983,
con textos de Yves Bonnefoy (*Agotado*).

Fernand Léger, 1983,
con textos de Antonio Bonet Correa (*Agotado*).

Arte Abstracto Español, 1983,
Colección de la Fundación Juan March,
con textos de Julián Gallego (*Agotado*).

Pierre Bonnard, 1983,
con textos de Angel González García (*Agotado*).

Almada Negreiros, 1983,
Catálogo del Ministerio de Cultura de Portugal (*Agotado*).

El arte del siglo XX en un museo holandés: Eindhoven, 1984,
con textos de Jaap Bremer, Jan Debbaut, R. H. Fuchs, Piet de Jonge, Margriet Suren (*Agotado*).

Joseph Cornell, 1984,
con textos de Fernando Huici (*Agotado*).

Fernando Zóbel, 1984,
con textos de Francisco Calvo Serraller (*Agotado*).

Julius Bissier, 1984,
con textos del Prof. Dr. Werner Schmalenbach (*Agotado*).

Julia Margaret Cameron, 1984,
Catálogo del British Council,
con textos de Mike Weaver (*Agotado*).

Robert Rauschenberg, 1985,
con textos de Lawrence Alloway (*Agotado*).

Vanguardia Rusa 1910-1930, 1985,
con textos de Evelyn Weiss (*Agotado*).

Xilografía Alemana en el siglo XX, 1985,
Catálogo del Goethe-Institut (*Agotado*).

Arte Español Contemporáneo, 1985,
en la Colección de la Fundación Juan March (*Agotado*).

Estructuras repetitivas, 1986,
con textos de Simón Marchán Fiz (*Agotado*).

Max Ernst, 1986,
con textos de Werner Spies (*Agotado*).

Arte, Paisaje y Arquitectura, 1986,
Catálogo del Goethe-Institut (*Agotado*).

Arte Español en Nueva York, 1986,
Colección Amos Cahan,
con textos de Juan Manuel Bonet (*Agotado*).

Obras maestras del Museo de Wuppertal, de Marées a Picasso, 1986-1987,
con textos de Sabine Fehleman y Hans Günter Watchmann (*Agotado*).

Ben Nicholson, 1987,
con textos de Jeremy Lewison y Ben Nicholson (*Agotado*).

Irving Penn, 1987,
Catálogo del MOMA,
con textos de John Szarkowski (*Agotado*).

Mark Rothko, 1987,
con textos de Michael Compton (*Agotado*).

El Paso después de El Paso, 1988,
con textos de Juan Manuel Bonet (*Agotado*).

Zero, un movimiento europeo, Colección Lenz Schönberg, 1988,
con textos de Dieter Honisch y Hannah Weitemeier (*Agotado*).

Colección Leo Castelli, 1988,
con textos de Calvin Tomkins, Judith Goldman, Gabriele Henkel, Jim Palette y Barbara Rose (*Agotado*).

René Magritte, 1989,
con textos de Camille Goemans, el propio Magritte, Martine Jacquet, y comentarios por Catherine de Croës y François Daulte (*Agotado*).

Edward Hopper, 1989,
con textos de Gail Levin (*Agotado*).

Odilon Redon. Colección Ian Woodner, 1990,
con textos de Lawrence Gowing y Odilon Redon (*Agotado*).

Cubismo en Praga. Obras de la Galería Nacional, 1990,
con textos de Jiri Kotalik.

