Introducción

¿Qué es lo que hace al Arte Pop español tan diferente, tan atractivo?

> Los fenómenos artísticos que se producen en nuestro país no pueden ser enfocados de una manera autónoma; para ser objeto de una explicación inteligible es necesario ponerlos en relación con los fenómenos artísticos generales de la cultura occidental (Llorens, 1967).

> Pero más que nada, para expulsar a alguien del club Disneylandia, acusarlo (reiteradamente) de querer lavar el cerebro de los niños con la doctrina del gris realismo socialista (Dorfman y Mattelart, 1972).

Cuando el crítico inglés Lawrence Alloway popularizó el término *Pop Art* a finales de los años cincuenta, no podía imaginar el éxito que este cosecharía. Años después, recordando el proyecto del artista Robert Watts sobre la cantidad de productos de consumo que hacían referencia a la palabra «pop», el crítico bromeaba lamentándose de no haber registrado el término para cobrar derechos por su uso, más que para limitarlo, como pretendía el artista fluxus (Alloway, 1974). Verdaderamente, pocos términos artísticos han dado lugar a paradojas tan grandes como las del Arte Pop. Como trataremos de ver en este trabajo, esas paradojas llegan, incluso, a cobijar bajo el ala del *Pop Art* movimientos y obras que reniegan abiertamente de cualquier vinculación con el estilo.

Esta problemática, que va mucho más allá de una mera confusión terminológica, tiene que ver, sobre todo, con consideraciones geopolíticas relacionadas con la posición de Estados Unidos durante la Guerra Fría, tanto en su política interior como en su expansiva política internacional. El *Pop Art* era imagen de la sociedad de consumo estadounidense, tal y como fue definido por medio de ensayos y exposiciones, como *American Pop Art,* del propio Alloway, que en 1974 acababa por definir la imagen del Pop americano en torno a una selección de temas, obras y autores.

El término «pop» es, sin embargo, mucho más complejo. Relacionado con el desarrollo de la cultura de masas, el crítico Robert Rosenblum no dudó, en 1976, en proponer que sus orígenes pudiesen estar en el Cubismo. En fechas más recientes, el profesor Francisco Calvo Serraller se preguntaba también por la posibilidad de que el fundamento último del Arte Pop —el cuestionamiento de las jerarquías culturales— fuese un proceso que no pudiera limitarse solo, aunque cobrara allí su mayor impulso, a la década de los sesenta. Del mismo modo que sus cauces estéticos desbordan lo artístico, y su influencia cronológica llega hasta la actualidad, parecía plausible buscar sus orígenes en el nacimiento de nuestra «cultura de la imagen» y en las múltiples críticas contemporáneas que se le habían realizado desde las vanguardias históricas (Calvo Serraller, 2014b).

Esta posibilidad de la extensión del término «pop» solo es equiparable al restrictivo aspecto que este tiene como estilo artístico, al menos, según fue entendido durante muchos años. Una imagen cuya construcción ocupará nuestras primeras páginas, pues es imposible comprender la extensión internacional del Pop —que, siguiendo lecturas contemporáneas, denominaremos Pop Global o Pop Internacional (Alexander y Ryan, 2015; Morgan y Friggeri, 2015)— sin ver cómo se construyó y definió su imagen estereotipada como un estilo exclusivamente americano, dedicado a presentar y representar los bienes de consumo propios de una industria cultural avanzada.

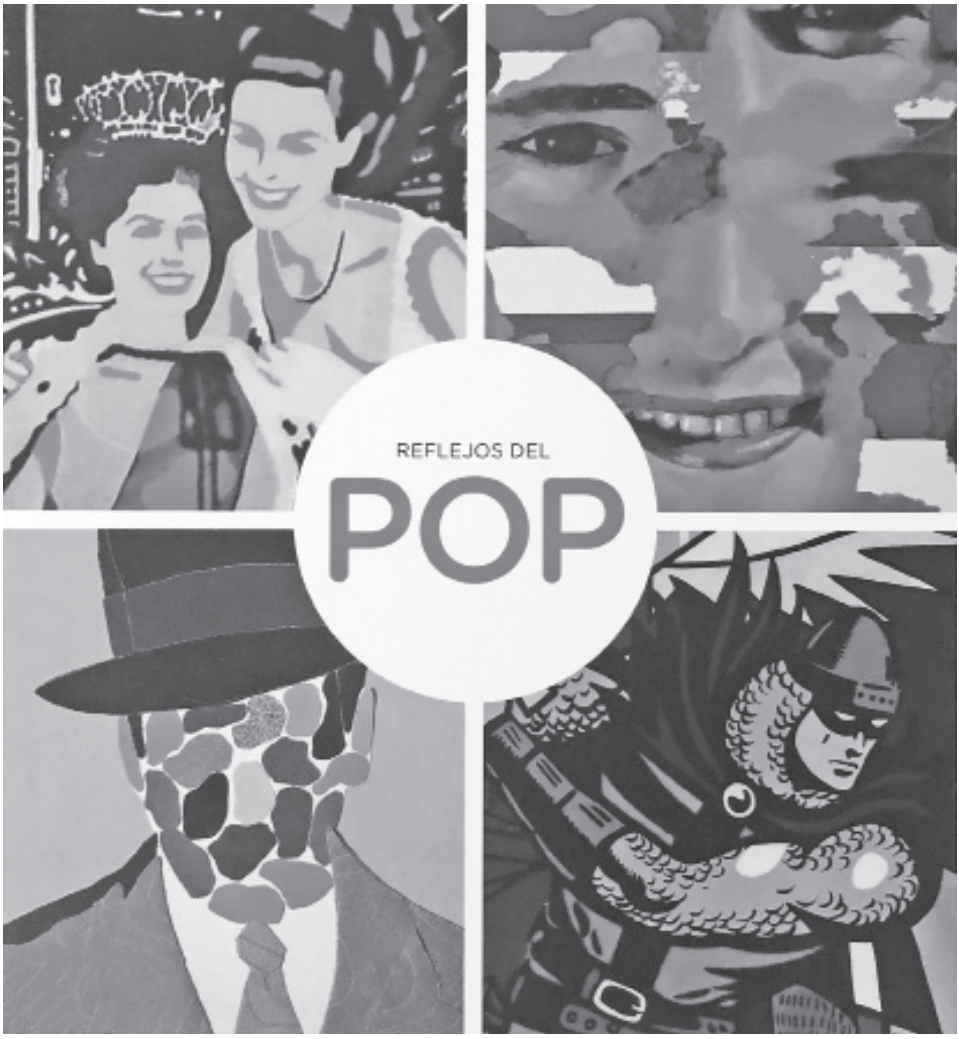
La creación de una etiqueta pop, sobre la base de unas características estilísticas determinadas, está plagada, desde su origen, de confusiones y paradojas. Precisamente aquellas prácticas artísticas que, en una lectura nada formalista, habían surgido en Norteamérica para contrarrestar al Expresionismo Abstracto caían, en muchos casos, bajo sus propias lecturas y patrones de diferenciación técnica y formal, imbuidos de un marcado carácter nacionalista (Foster, 2012). Una etiqueta, no obstante, que fue eficaz en sus objetivos. Por ello, a pesar de verse hoy en día contrastada con necesarias revisiones, que ponen en duda la creación de un estilo unívoco y uniforme, esta marcó necesariamente, de manera geopolítica y crítica, la percepción y el rumbo histórico de todas las manifestaciones estéticas que se aproximaron, fundieron o integraron la cultura de masas a partir de entonces.

El Pop Global, del que forman parte —y muy importante— las manifestaciones españolas, se dibuja hoy como un mapa mucho más complejo que el que la historia tradicional ha atribuido al estilo. Desde un punto de vista nacionalista y colonial, como el sostenido por la idea clásica de un «Pop americano», las manifestaciones de la Crónica de la Realidad españolas, como las de la Figuración Narrativa francesa, el Realismo brasileño o alemán o las manifestaciones plásticas japonesas, podían suponer, a lo sumo, epígonos e integraciones que demostraban que el *Pop Art* americano se había extendido e influido de manera global, casi al ritmo de la imposición del modelo cultural capitalista a lo largo del mundo. Nada más lejos de la realidad, como veremos, y como nos gustaría defender en este

trabajo. Aunque, sin duda, dependiente de los modelos culturales que el capitalismo brindó al mundo, conformando la cultura del espectáculo de la que hablará Guy Debord, o la «unidimensionalidad», también cultural, popularizada por Marcuse, el Pop Global no copió necesariamente el Pop norteamericano sino que, como él, se inspiró en aquellos productos de la cultura de consumo —cine, cómic, televisión o diseño— que esta había difundido por los países desarrollados. Teniendo en cuenta, aquí sí, la preeminencia de la distribución de los productos de consumo creados en Norteamérica, por la explosión y consolidación industrial que habían tenido en los años treinta, aseguró la extensión occidental de películas, personajes de cómic o estilos musicales que, a partir de entonces, formarán parte de la cultura popular (que no vernácula) de gran parte del mundo. Pero también, y de manera eficaz, inspiró en su desarrollo internacional las críticas a ese modelo socioeconómico.

Esta diferenciación, y la jerarquización geopolítica y nacional entre un «genuino Pop» americano y las copias o desviaciones internacionales que esta implica, parecen haber contagiado a la propia historiografía en nuestro país. El Pop español no ha tenido mucha fortuna crítica, en este sentido, hasta el punto de que son muy escasas las monografías de investigación sobre los artistas vinculados al periodo (salvando los trabajos de Martín Viadel y Lacruz Navas sobre Equipo Crónica y Equipo Realidad, respectivamente) y no existe ninguna dedicada a examinar el movimiento en su totalidad. Estos trabajos sí se han realizado, de manera más sucinta que extensa, todo sea dicho, en el ámbito expositivo. Pareciera que todo el interés que el Pop español no ha tenido por el lado de la investigación —definido rápida y taxativamente como político y periférico respecto a las muestras anglosajonas— lo ha cosechado por el lado de la exposición. La etiqueta, sin duda, vende en este sentido, aunque el Pop español, precisamente, de lo que tratara fuese de huir de esas imposiciones culturales relacionadas con la industria y el espectáculo, tema central de la crítica cultural de los sesenta. Aunque en 1983 el profesor Simón Marchán realizó un recuento muy acertado sobre el surgimiento y los caminos que el Pop adoptó en España (y que aquí seguimos fielmente), la investigación en esa dirección ha sido tan escasa que, en la revisión que el profesor realizó de ese texto seminal para la exposición de 2016, *Reflejos del Pop en España* [1] (Museo Carmen Thyssen), apenas había incorporaciones y variaciones de nombres. La nómina, no obstante, era incluso más extensa que la que cita el profesor Valeriano Bozal en su imprescindible *Historia del Arte en España.* Bien es cierto que, en el caso de Bozal, hay manifestaciones que directamente ni considera propias del movimiento, en el que estuvo directamente implicado desde el punto de vista crítico, y otras sobre las que se extiende con profusión.

Desde el ámbito expositivo —y consecuentemente investigador, en los mejores casos—, han destacado las aportaciones del IVAM. Sus lecturas del Pop en clave social, en relación con movimientos internacionales, centrándose en mo-



[1] *Reflejos del Pop en España,* Museo Carmen Thyssen, Málaga, 2016.

nográficas de especial relevancia, como la de Ana Peters, e incluso proponiendo examinar la influencia del Pop en las prácticas artísticas posteriores de nuestro país, siguen siendo un material fundamental para la construcción de una historia ampliada del Arte Pop en España. Las incorporaciones y relecturas más significativas, revisando lo sucedido en el ambiente catalán de los sesenta y setenta, también se han producido, sobre todo, en el ámbito de la exposición, con *El Llegat del Pop Art a Cataluyna* (Museu de Girona, 2016) o *Liberxina: Pop y nuevos comportamientos artísticos 1966-1972* (Museu d'Art de Catalunya, 2018). Los nombres que estas exposiciones han sacado a la luz, así como las conexiones entre prácticas artísticas y esferas de creación como el diseño (consideradas durante mucho tiempo

compartimentos estancos para nuestra historiografía), han contribuido indudablemente a que la perspectiva sobre los caminos del Pop en España sea hoy muy diferente de lo que podía ser hace tan solo una década.

A ellos se ha sumado también la recuperación de nombres ocultos de la historia del Pop en España, como son todos los de las mujeres relacionadas con el movimiento. Exposiciones como *Genealogías feministas en el arte español* (MUSAC, 2013) han contribuido a sumar experiencias y nombres femeninos a una historia del arte que, en sus textos canónicos, mantenía hasta ahora el Pop —también— como una historia exclusivamente masculina. Las obras de estas artistas, y el análisis de su recepción en el momento crítico de nuestro país, han contribuido de manera esencial a que hoy pueda perfilarse una historia del Arte Pop en España diferente de la versión que se venía manejando.

Todas estas aportaciones vienen acompasadas por estudios sobre movimientos y escenarios críticos de la época, fundamentales para entender el surgimiento y desarrollo de estas prácticas. En este sentido, los trabajos de la profesora Noemí de Haro sobre Estampa Popular y el arte comprometido en España, y los de Paula Barreiro sobre las transformaciones que la crítica antifranquista sufrió durante esta década en nuestro país, son imprescindibles para entender el trasfondo político e ideológico de todo cuanto ocurría en este momento. Todo ello se encuentra actualmente ilustrado en el impresionante recuento histórico-crítico de Jorge Luis Marzo y Patricia Mayayo, *Arte en España 1939-2015. Ideas, prácticas, políticas* (Cátedra, 2015), que, aunque posee un carácter histórico mucho más amplio de lo que podría suponer una monografía pormenorizada, traza, sin lugar a dudas, las vías de investigación actuales sobre la cuestión.

Pese a la distancia —o precisamente por ella— que el Pop español puso respecto al modelo americano en el momento, y por sus contactos con otras corrientes como el Pop inglés, el Nuevo Realismo o la Figuración Narrativa francesa, su papel se configura como fundamental en el mapa del Pop Global de los sesenta. Aunque en el momento pudiese parecer, como de nuevo recuerda Santiago Olmo, una «anomalía» en el panorama internacional, como podemos ir viendo, sus resultados fueron enormemente brillantes. Si bien no responde a un modelo o deseo de bienestar y comodidad social a la medida del americano o el inglés, y eso le confiere un carácter cierta y positivamente «subdesarrollado» en relación con algunas de las muestras internacionales, sí queda claro que, como en los propios orígenes del movimiento en Inglaterra, «está determinado [...] por el sueño (también la crítica) de esa realidad como premisa de modernización» (Olmo, 1999: 47).

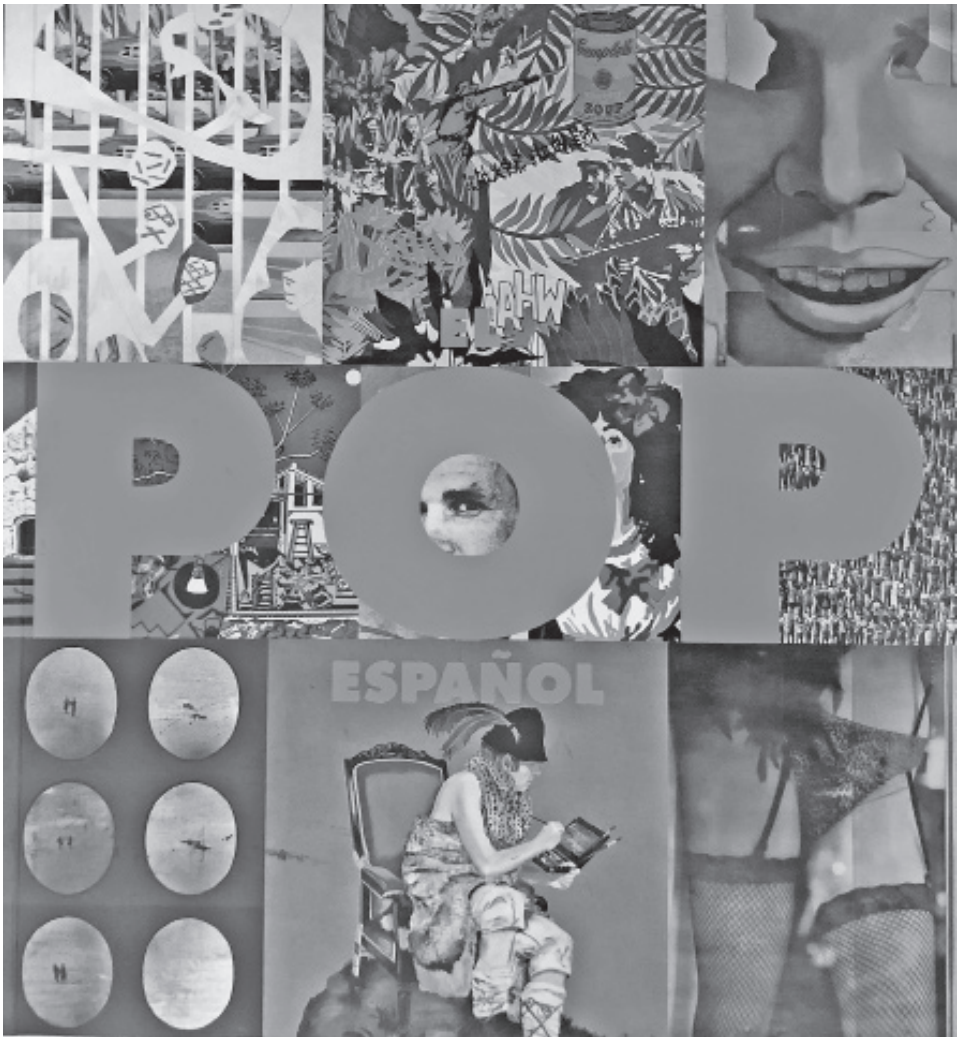
De ahí que en el presente trabajo optemos por prescindir del término «estilo» para hablar del Pop y prefiramos hacerlo de *estrategias pop,* como propone este autor en otro de sus lúcidos análisis (Olmo, 2007). Estas estrategias son comunes a todos los lenguajes narrativos de finales de los años cincuenta y sesenta y, en uno u otro momento, han sido incluidas en la órbita del Pop: el uso

consciente de los medios de masas, el juego entre la reproducción y la presentación manipulada de estos, la introducción de los lenguajes de los *mass media* como modo de aproximarse a la realidad social del momento y la posibilidad de que la misma tuviese —entonces como ahora— lecturas y posibilidades críticas y políticas. Esta opción nos permite, además, observar su impacto y discurrir en el tiempo, y sin tener que limitarlo al momento de su «vigencia estilística» durante los sesenta. Acercarnos a la cuestión desde esta perspectiva nos permite, además, superar ciertas limitaciones de carácter formalista y aproximar el análisis a artistas y obras que, sin poder ser calificados como pop estilísticamente, recurrieron en algún momento a algunas de sus ideas y lenguajes (Cameron, 1992).

Integrado el problema estético en la superación de la abstracción internacional, tendremos necesariamente que atender a las cuestiones políticas e identitarias que se involucran en el desarrollo de estas estrategias. Para comprenderlas, y poder revisarlas desde la actualidad, en el caso específico del Pop español, hemos de tener en cuenta que ese mismo proceso de creación de un «canon pop» en el marco internacional también se producirá en nuestro país.

Solo con mirar el desarrollo expositivo que el Pop ha tenido en nuestro país, a través de las distintas muestras en las que ha aparecido a lo largo del tiempo (representado en exclusiva o compartiendo espacio con muestras internacionales), podemos hacernos una muy buena idea de quiénes se han convertido, con el paso del tiempo, en los «representantes oficiales» del Arte Pop en España. Desde la escueta nómina que los representa en la exposición inaugural de la revisión histórica del Pop, comisariada internacionalmente por Marco Livingstone en el MNCARS en 1992 (compuesta exclusivamente por Eduardo Arroyo, Equipo Crónica y Luis Gordillo), hasta las últimas muestras, mucho más centradas en discutir las relaciones del Pop con otros movimientos de los sesenta, o su inclusión en revisiones más amplias del arte español, hay una serie de nombres que vienen repitiéndose y que configuran una especie de «canon» de las propias exhibiciones relacionadas con el Pop en nuestro país: Eduardo Arroyo, Equipo Crónica, Juan Genovés y Luis Gordillo suelen ser los nombres que en escasas ocasiones faltan en las muestras y relatos historiográficos, en los que se incorporan a menudo Darío Villalba y Equipo Realidad. Estos últimos, con asombrosas y sonadas desapariciones, como ocurre en una de las exposiciones de carácter canónico de entre las que se han realizado hasta la fecha sobre el particular: *El Pop español* [**2**] (Museo Esteban Vicente, 2004), comisariada por Calvo Serraller.

Esta nómina, aunque da buena cuenta de los desarrollos más importantes del Pop, ha constituido un paradigma corto y restrictivo. Sobre todo porque la fuerte teorización que había tras algunos de sus representantes —como será el caso de Equipo Crónica— estableció una forma también canónica de leer e interpretar sus obras para la crítica y la historiografía españolas, y un modelo a partir del cual interpretar las manifestaciones pop en España que resulta excesivamente rígido



[2] Catálogo de la exposición *El Pop español,*
Museo Esteban Vicente, Segovia, 2004.

tanto estética —hay mucho más que pintura— como política —por los modelos teóricos herederos del marxismo europeo que manejarán— y, desde luego, identitariamente, lo que afecta incluso a la propia construcción de un «Pop español» en su reflejo de la sociedad y la cultura oficial de los sesenta, y su implicación con la lucha antifranquista. Quizá el Pop español, al final, no sea tan diferente de otros desarrollos de la época y cuente muchas más cosas de la sociedad en la que se producía de lo que se ha venido narrando.

Hoy, que las lecturas en clave de género o geopolíticas nos ayudan en las revisiones de épocas y movimientos del pasado, parece ser un buen momento para

mirar bajo una luz diferente esa parcela del arte español en la que hay una importante presencia femenina, por ejemplo, apenas conocida hasta la última década, pese a la centralidad en la escena del momento de algunas artistas como Ana Peters. Tampoco las lecturas de género han sido frecuentes en las revisiones históricas de unas prácticas como las de Darío Villalba, que solo hace escasos años se han empezado a mirar poniendo el foco en la posibilidad de que muestren ciertos temas específicamente relacionados con la subcultura homosexual de la época.

El modelo canónico impuesto por la historiografía y la crítica sobre lo que el Pop español ha sido, y es, marcará profundamente su desarrollo posterior. Como Julián Díaz Sánchez, otra fuente fundamental para este trabajo, se ha encargado de señalar, la enorme politización del Pop de los sesenta, propia de toda la cultura europea del momento, pero especialmente bajo el franquismo, se encontrará con una nueva recepción histórica y práctica con la llegada de la democracia. El Pop Internacional, identificado con el modelo americano, aparentemente despolitizado y hedonista, será reinterpretado y adaptado como ejemplo de una cultura apolítica que, nuevamente, irá acompañada de una fuerte presencia crítica. Los enfrentamientos entre las facciones de los críticos antifranquistas y los nuevos críticos aparentemente «apolíticos» marcarán la transición democrática en el territorio artístico y avanzarán la recepción que el Neopop tendrá durante los años ochenta.

También entonces, las lecturas de género y geopolíticas nos ayudarán a revisar el arte del momento en sus manifestaciones tanto estéticas como críticas e historiográficas. Convertidos en la joven democracia de Europa, y con el firme intento de mostrar una cultura en pos de la nueva concordia democrática, se debía renunciar a cualquier revisión del pasado. La cultura de la Transición abandonó «antiguas militancias» en el arte en favor de una eclosión festiva e individualista pero en la que, sin embargo, empezaban a mostrarse algunos elementos que podrían hablar del avance de ciertos aspectos sociales relacionados con la identidad sexual. El uso y manejo de estrategias pop relacionadas con el *kitsch* en algunos de los artistas vinculados a la Nueva Figuración, y lo que vino a denominarse «el arte de la Movida», nos sitúan en este escenario. También en la estrategia identitaria que, nuevamente, y repitiendo el modelo de los sesenta, intentaba ofrecer con ello una determinada imagen de España, acomodándose en este caso —frente a la contestación de los sesenta— a la imagen oficial que se quería dar.

Esta imagen de España, y el impacto pop que tendrá en ella la internacionalización y los fenómenos relacionados con el año 1992 (con la celebración de los Juegos Olímpicos en Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla a la cabeza opacando otros acontecimientos que marcaron la época, como la guerra del Golfo, o las crisis económicas, sociales y sanitaria con la irrupción del sida), nos pondrán en la pista de la creación de una nueva «Marca España». Renovada imagen oficial, postransicional y extrañamente posmoderna, que volverá a ser puesta en

cuestión por gran parte de las estrategias neopop de los noventa. Recuperan con ello los caminos estéticos, políticos e identitarios del arte de los sesenta, pero cumpliendo la máxima marxista de que la repetición en la historia vive como farsa lo que fue originalmente una tragedia. Con trabajos irónicos y hasta cómicos en sus planteamientos, se moverán por un camino crítico con la propia «institución artística», que sustituía ahora la lucha contra la hegemonía franquista por la nueva dominación del mercado y la intervención política en la cultura.

Con este breve resumen del camino a emprender, se comprende que el arco temporal elegido abarque las fechas simbólicas de 1962 a 1992. Ambas están relacionadas con eventos de carácter político y social a los que las estrategias pop ofrecerán una respuesta estética. En 1962, el ministro Fraga ocupa el Ministerio franquista de Información y Turismo, desde el que inunda el país de nuevos mensajes visuales y de una idea de apertura vinculada con el desarrollismo que se convertirá en la fuente iconográfica predilecta para el Pop peninsular. Ese año también se producen las huelgas y movimientos estudiantiles que ofrecerán una nueva fuerza de oposición al antifranquismo y con los que muchas de las estrategias artísticas que veremos formarán cuerpo y equipo. Al mismo tiempo, comienzan a introducirse a través de los medios de masas las primeras fórmulas pop vinculadas con la gráfica y el diseño, preparando el terreno para el desembarco, al año siguiente, del Arte Pop tanto en muestras extranjeras, caso de *Arte de América y España,* como propias, con Arroyo y su exposición en Biosca. En ese momento es también cuando comienza a configurarse Equipo Crónica, a partir de las experiencias de trabajo de Estampa Popular de Valencia, al mismo tiempo que Luis Gordillo, Modest Cuixart o Rafael Canogar inician sus experimentos pop; quedan así marcadas las tres líneas de trabajo que definirán la práctica en España en relación con el uso de los objetos y técnicas de los medios de masas, y las lecturas políticas y sociales que estas tendrán (incluso cuando no sean explícitamente buscadas).

Obviamente, la fecha final de 1992 tiene también múltiples connotaciones tanto estéticas como políticas e identitarias. Una nueva imagen de España estaba en juego, una vez más forjada bajo la promoción gubernamental y ejemplificada en la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla. Estos actos, y la política cultural en que se inscribían, culminan con el proyecto de renovación iniciado durante la Transición. Es en esa fecha cuando, tras el periodo de transición democrática, y superados los ochenta de *la Movida, el entusiasmo* y *el desencanto,* el arte español comenzará un proceso de autoexploración en el nuevo marco global. En este nuevo panorama de los inicios de la globalización, los colectivos neopop no dejarán de ofrecer agudos mensajes acerca de distintas posiciones críticas que transformaban «la política» en «lo político». Las experiencias pop, con su capacidad de integrar el día a día, sirven de inmejorable espacio de reflexión para ver cómo los acontecimientos políticos del país, la imagen oficial que sobre España se ha venido sosteniendo y los litigios críticos que han acompa-

ñado al arte de las últimas décadas forjaron experiencias únicas en el debate y la confrontación estéticos de nuestro país.

Es necesario hacer notar, ya en este recuento inicial, que el volumen de fuentes, obras y autores citados trata de ofrecer una visión panorámica del impacto de las estrategias relacionadas con la adopción de mecanismos de la cultura de masas en el arte de nuestro país. No ha sido nuestra intención ofrecer un relato pormenorizado de nombres, obras (muchas de ellas, además, sometidas a restricciones en su reproducción) y carreras artísticas. El planteamiento que hemos seguido trata de mostrar unas líneas maestras, algunos caminos poco explorados y —confiamos— una bibliografía lo suficientemente extensa como para poder aproximarse al panorama general y profundizar, si se desea, en alguno de los aspectos específicos de cualquiera de los artistas y obras citadas. Sin evitar la necesaria crítica que toda revisión requiere, no ha sido tampoco nuestro ánimo el de «enmendar la plana» a propuestas o autores anteriores que podrían, desde el punto de vista actual, ser fácilmente descartables. Entendemos que una labor de hermenéutica crítica, y la necesaria puesta en común de horizontes que esta requiere, deben respetar y situar, antes que nada, cada argumento en su contexto y, sin dejar de hacer justicia a algunos de sus trabajos o argumentos (como sucede con la escasa presencia o valor atribuido a los trabajos femeninos de los sesenta), admitir que a partir de ellos, que también tienen sus aciertos, se puede seguir iluminando el presente. Confiamos por tanto en haber sido capaces de realizar un ejercicio de sana crítica y de diálogo en el tiempo de carácter transgeneracional.

Capítulo primero

La «coca-colonización» del mundo: el Arte Pop en el contexto internacional

Complicaciones sobre una definición: el *Pop Art,* más allá de Estados Unidos

«El *Pop Art* debe ser popular, transitorio, prescindible, de bajo coste, de producción masiva, joven, ingenioso, *sexy,* astuto, glamuroso y un gran negocio» (Walker, 2001: 26). Con estas palabras, dirigidas por carta a Alison y Peter Smithson en 1957, rubricaba el espíritu del Arte Pop el artista inglés Richard Hamilton, considerado por muchos el padre del movimiento desde que en 1956 expusiera en la londinense Whitechapel Gallery su famoso *collage ¿Qué hace a los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?* [**3**] en la muestra *This is Tomorrow.*

Se trata de una definición alejada de la primera que diera el crítico inglés Lawrence Alloway sobre la cultura pop (este en minúsculas, alejada del «estilo» que la estratifica, aparentemente, en un nivel superior), para referirse a los productos creados por los medios de masas, y no al arte que los refleja, pero que ha quedado vinculada al estilo, mezclando arte y cultura pop, acompañándolo hasta la actualidad (1966: 27). Una definición, no obstante, que solo es útil si se contempla la versión «oficial» sobre el Arte Pop como un producto netamente anglosajón al que se enfrentan las múltiples opciones pop que se dieron a lo largo y ancho del mundo desarrollado, o en vías de desarrollo, en el transcurso de los años sesenta.

Para empezar, y es algo que ya queda claro en la definición de Hamilton, hay una cierta confusión «de época» sobre la definición del Pop como estilo en sus dos acepciones contemporáneas, deudoras, entre sí, aunque no siempre intercambiables: una como repertorio de estilemas, formas y temáticas en los que una serie de artistas —y diseñadores, cineastas, publicistas, etc.— centraron su atención, y otra como el «estilo de vida» del que el propio *Pop Art* surgió en el mundo anglo-

[3] Richard Hamilton, *¿Qué hace a los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?,* 1956, Colección Sammlung Zundel. Fotografía: Volker Naumann.

sajón, trasladado al territorio artístico para poner en liza sus contornos (Crow, 2015). Un estilo de vida animado por los cambios sociales, políticos y económicos de la década, que iban desde el desarrollo económico tardocapitalista hasta su cuestionamiento ideológico por parte de los movimientos de liberación racial, sexual, obrera e incluso estudiantil que caerían, al final de la década, bajo el conocido lema «espíritu del 68». La impregnación social de estos movimientos, y su traducción en *estilos pop* del día a día en la moda, la música, el cine, la televisión o el diseño, darían lugar a cierta pasión moderna, y hasta cierto punto de vista proamericana, reflejada en los cambios culturales a uno y otro lado del Atlántico en la Inglaterra del *Swinging London* y los Estados Unidos de la prosperidad y el

consumo. Una tendencia proestadounidense que se verá cuestionada, entre otras muchas razones, por la tensión política global y que culminará con la guerra de Vietnam, que cambiará radicalmente la imagen exterior e interior de Estados Unidos.

El Pop introducirá, sobre todo, una serie de cambios que quedarán reflejados en la sustitución de los antiguos patrones culturales. Los experimentos iniciales de Blake, Hamilton o Boshier fueron percibidos como una cierta liberación de clase, reflejada en la disolución de las antiguas jerarquías en favor de la «cultura popular», al tiempo que se vinculaban con los nuevos movimientos juveniles y con muchas de sus preocupaciones políticas y sociales. Como recordaba al respecto John Russell:

> Por la parte inglesa, y para muchos, si no para todos sus participantes, el Pop fue un movimiento de resistencia: un comando desclasado que estaba dirigido contra el *establishment* en general y el *establishment* artístico en particular. Contra el visitante de museo a la antigua, el crítico a la antigua, el marchante a la antigua y el coleccionista a la antigua (Banham más tarde describió su éxito como «la venganza de los colegiales de primaria»). Gran parte del mundo del arte inglés en ese momento era clara e imperdonablemente paternalista. El pop se concibió como una ruptura cultural, lo que significaba el pelotón de fusilamiento sin piedad ni indulto para el tipo de personas que creían en los clásicos de Loeb, las vacaciones en la Toscana, los dibujos de Augustus Johns, los muebles franceses de firma, los artículos principales en el *Daily Telegraph* y la buena ropa que duraba para siempre (Hewison, 1986: 50).

Indudablemente, el fenómeno «pop» no solo era un movimiento artístico, sino uno que se anclaba firmemente en la sociedad de su tiempo, que reflejaba y contribuía a los cambios que se estaban realizando en ella. Esa era, precisamente, una de las problemáticas que acompañaron a su recepción tanto en el mundo del arte como en el mundo en general: por primera vez, un estilo artístico rompía con la tradicional separación y autonomía del arte y, de manera concreta, objetiva e intencionada, mezclaba su existencia con la del mundo contemporáneo, vinculándose con un modo de vida concreto que lo impregnaba de valores, consignas e interpretaciones políticas y sociales. No podemos olvidar que la corriente artística se hará eco, incluso, de la visibilidad social de nuevas identidades culturales, políticas y sexuales, como es obvio en relación con la cuestión homosexual tantas veces relacionada con muchos de sus integrantes, o como lo será en nuestro país con el importante papel que el feminismo desempeñará en la posición crítica de muchas de sus participantes (Crimp, 2005a; Mayayo, 2013). No obstante, como veremos, tampoco este era un aspecto que llamara especialmente la atención de la crítica del momento; ni la conservadora, que rechazaba las muestras pop por su banalidad, ni la comprometida, que utilizaba a menudo parámetros en los que

estas cuestiones no encajaban aún. Las lecturas en este sentido no surgirán hasta décadas después, aunque el Pop anunciara, sin embargo, un estilo de vida en el que todos aquellos cambios podían tener cabida.

Parece necesario separar, de partida, este *way of life,* propio de las sociedades capitalistas, que veían desplegarse el universo de los nuevos productos de consumo, y los autores y estilos que, a lo largo de esa misma década, y atravesando el mundo de manera casi global, se aproximaron a ellos. En nuestro país daba cuenta de esta necesaria diferenciación, así como del espíritu general que unía a ambos, el entonces jovencísimo Terenci Moix en su pionero estudio sobre los cómics. Problematizaba en él, además, uno de los aspectos que acompañarán a la propia denominación de Pop con referencia a la popularidad del arte: si tenía algo que ver con el arte popular, ¿estábamos hablando de la tradicional artesanía?, ¿se trataba de un arte popular por los temas que trataba o por el público al que se dirigía? Si ninguna de las respuestas era afirmativa, ¿qué era lo que hacía popular al Pop como para permitir que se integrase en un nuevo estilo de vida?

> El concepto de popular, que es resultante de un arte hecho por y desde el pueblo, se banaliza en una invención absolutamente genuina de nuestro siglo, una convención resultante de fenómenos tecnoeconómicos, que han necesitado la evolución económica de las clases medias para desarrollarse plenamente. En este aspecto, el cine, el cómic, la televisión y la canción moderna —consumo y sujeción a leyes tecnoeconómicas que solo aparecen en nuestro siglo— serían las manifestaciones más genuinas de un nuevo concepto de comunicación, en el cual solo una aproximación romántica sabría ver restos del antiguo concepto de manifestaciones populares (Moix, 2007: 40).

Por más que hoy en día estén prácticamente superadas, es importante, para situarnos adecuadamente en las discusiones del momento, distinguir entre «el repertorio icónico de la cultura urbana de masas» (Marchán, 1986: 40), los elementos a través de los cuales esta se establece y propaga (medios de comunicación, publicidad, cómic, televisión...) y la cultura de masas del arte —los artistas pop— que fija su atención en estos mismos elementos para convertirlos en forma y contenido de sus obras, sumándolas (aunque no siempre ha sido ese su propósito) al circuito de la producción cultural capitalista. Solo contemplando, ya desde el inicio de estas páginas, esta diferenciación entre el magma pop del que se nutre el estilo identificado como tal, y al que llega a incorporarse en ocasiones, como uno más de sus productos, podremos entender la particular fórmula de expansión mundial del Pop y el modo en que fue recibida, integrada o subvertida en los distintos lugares por los que se fue propagando, a través de diferentes estrategias. El Arte Pop, como veremos, y como el caso español pone en evidencia por su posición política y social en el momento, debe ser leído, hoy en día, bajo una «visión geopolítica del mundo» (Marchán, 2016: 65).

Esta visión global y geopolítica es la que ha animado las mejores revisiones sobre el relato pop de cuantas se han realizado a lo largo de la última década, y entre las que destaca por su análisis poscolonial y de género el trabajo de Jessica Morgan, *The World Goes Pop,* a partir del cual ya no es posible sostener la visión unívoca y simple del Arte Pop como un producto netamente norteamericano, fruto y reflejo de su cultura. Si el «acta de nacimiento» del estilo, que otorgábamos hace unas líneas a Richard Hamilton, ya muestra la contradicción de que el estilo naciera en Inglaterra en los años cincuenta (aunque este nacimiento estuviese motivado por un nada secreto deseo de la Inglaterra de posguerra de acompasarse culturalmente con Norteamérica), observar el desarrollo global de las prácticas y estrategias pop, discutiendo a menudo con el canon estadounidense o adaptándolo a su marco cultural (como el propio Pop americano había hecho, diferenciando entre el neoyorquino o el californiano), ilumina y enriquece una discusión sobre uno de los estilos más importantes del siglo xx, y cuyos efectos y reflexiones siguen siendo de enorme actualidad.

> Así como el «estilo pop» abarca varias estrategias de composición y proceso, no hay un Arte Pop universal sino cientos de iteraciones en todo el mundo que comparten una preocupación populista. Se desarrollaron numerosos artistas y movimientos con una estrategia *pop,* entre ellos el *Nouveau Realisme,* el Neodadá, la Otra y Nueva Figuración, el *Saqqakheneh* o *Spiritual Pop,* el Equipo Crónica, así como figuras tan singulares como Oyvind Fahlström, Keiichi Tanaami y Erró [...] las iteraciones pop en todo el mundo deformaron, extendieron o invirtieron ciertas estrategias del Pop estadounidense y desarrollaron tácticas completamente diferentes, en diálogo con entornos de consumo específicamente vernáculos (Morgan, 2015: 16-17).

Antes de analizar la importancia que esta configuración y explosión pop tuvo en las distintas manifestaciones y estrategias en que se dio a lo largo del mundo, y especialmente en el caso español al que dedicamos este trabajo, convendría conocer dónde y cómo ha surgido esa idea de un Arte Pop monolíticamente entendido y defendido como estilo norteamericano, y cómo ha podido sostenerse pese a que, casi desde sus inicios, los teóricos, críticos e historiadores que lo situaban (desde los primeros trabajos de Rublowsky o Lippard hasta los trabajos expositivos de Norman Rosenthal y Marco Livingstone) tuvieron que afrontar la contradicción de ponerlo en constante diálogo con muestras —algunas incluso críticas con el propio movimiento— extraídas de todo el mundo. Entonces, bien es cierto, la fuente de contraste principal era Europa, especialmente las obras inglesas y los Nuevos Realistas franceses (a los que más adelante nos aproximaremos en sus métodos de «presentación» de los objetos cotidianos), cuya línea de continuidad con el movimiento anglosajón permitía sostener la primacía de este. Pero en la actualidad, en que podemos observar cómo las estrategias pop surgieron por todo

[4] Claudio Tozzi, *Multidão,* 1968, y *Guevara, Vivo ou Morto,* 1967.

el mundo, con múltiples derivaciones y lenguajes más allá del norteamericano, resulta imprescindible replantearse la definición de manera global para situarla en un contexto cultural más amplio que el exclusivamente anglosajón.

La introducción en el relato de las muestras más críticas e ideologizadas, como las latinoamericanas (especialmente las brasileñas, como las de Tozzi [4], Soares o Nitsche), las estrategias pop de los países del este de Europa, situados en la órbita comunista, como las de Komar y Melamid o Reinikainen, o las muy politizadas muestras del Arte Pop español, a las que no tardaremos en acercarnos, descomponía la imagen fija de un «estilo pop» y problematizaba estética y conceptualmente la idea de una referencia única y canónica, imbuida además de los valores capitalistas, imperialistas y anticomunistas propios de la ideología estadounidense. Ya fuese por filia o por fobia respecto al modelo americano, muchos de los lugares en los que el Pop tuvo impacto durante los años sesenta —el caso español es privilegiado entre ellos— facilitaron, con sus discusiones, que este se mantuviese intacto como paradigma al que tener que acudir. Hoy en día, sin embargo, y como ya presentaron de manera muy oportuna los citados Rosenthal y Livingstone en su monumental proyecto de principios de los noventa, la idea del Pop Global, multifacético y heterogéneo se impone ante la visión única creada por y para Norteamérica, en el momento, nada casual, en que disputaba la primacía cultural a Europa (Alexander y Ryan, 2015).

Resulta necesario, por lo tanto, aproximarse inicialmente a esa construcción del Pop americano. No es solo preciso para poder desvelarla como tal, con sus aciertos y contradicciones, sino porque, como ya adelantábamos, será en la posición que las distintas narrativas pop globales adopten en relación con este canon —y con lo que representa— donde se dilucidarán algunas de las más importantes estrategias estéticas y críticas desarrolladas por el movimiento. Aquellas que, precisamente, han ayudado hoy a que desde las periferias —políticas, geopolíticas, sociales y culturales— el propio Pop norteamericano sea también mejor entendido y situado en el contexto internacional.

La «creación del Pop» como un arte netamente americano no fue solo una tarea que estuviese en manos de aquellos artistas que se nutrían de los símbolos de la cultura popular estadounidense de la que, a su vez, acabarían formando parte: los cómics, Disney, el *rock & roll,* las estrellas de Hollywood, los helados, las gasolineras, las *pin-up girls* o la Coca-Cola. Resulta iluminador que casi al mismo tiempo, e incluso antes, en que estos artistas americanos estaban poniendo simbología gráfica y cultural al modernizado mito del progreso y el *American way of life,* lo estuviesen haciendo también artistas ingleses, como Hamilton, Blake o Hockney. Si ambos podían hacerlo, a un lado y otro del Atlántico, recuperando casi idénticas mitologías, era porque, tal vez, estas ya no pertenecían ni por tiempo ni por mentalidad ni por marco cultural a ninguna de ambas generaciones.

Este proceso de depuración es fácil de comprender si se deja de lado la tendencia de algunos de los artistas más conocidos del Arte Pop norteamericano a

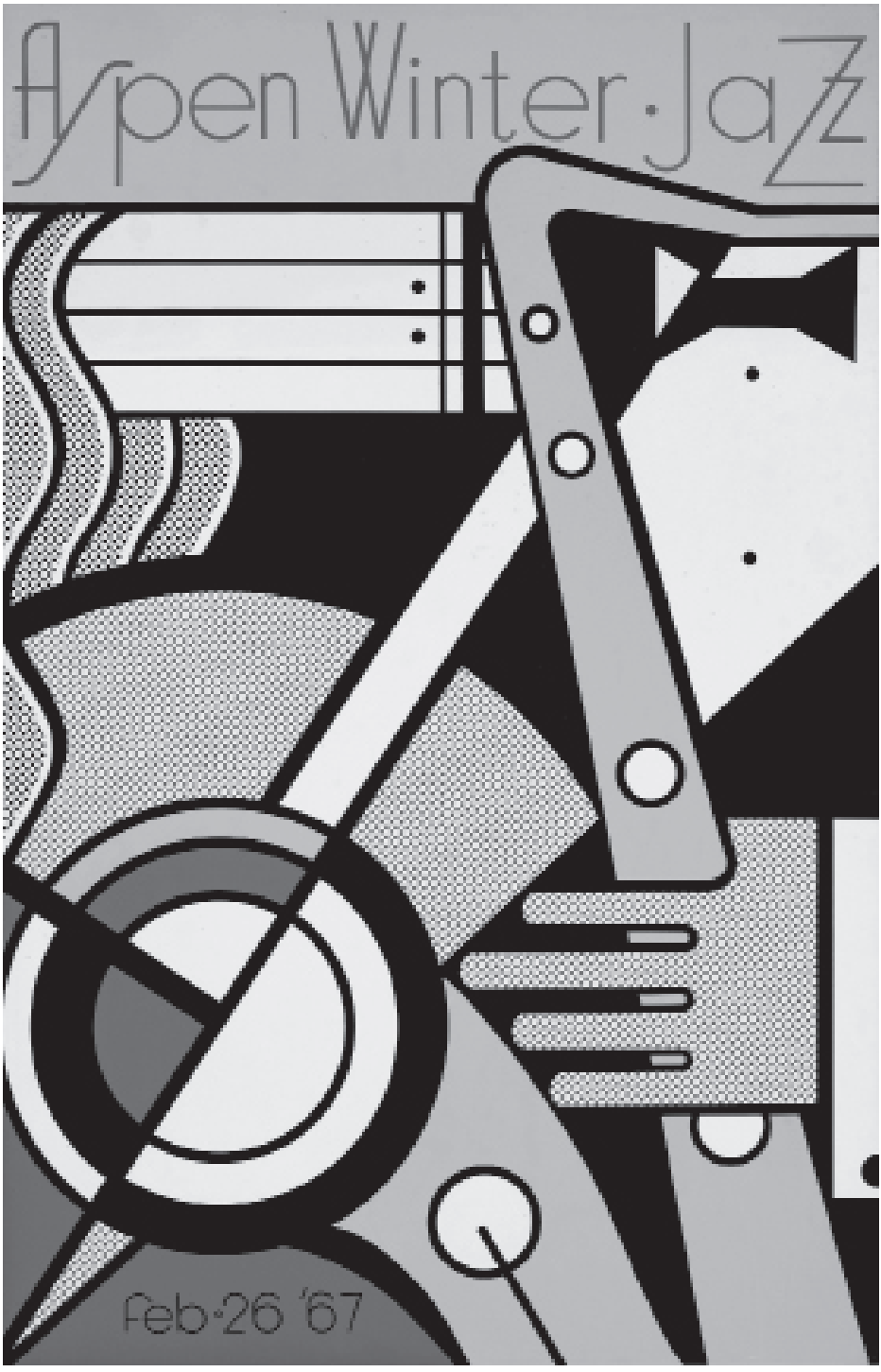
[5] Rafael Canogar, *La paliza V,* 1968, cortesía de la Galería Guillermo de Osma.

hacerse eco de los sucesos propios de su época, datados en tiempo, fecha y contexto, que, por muy americanos que fuesen, no encajaban en la visión oficial del consenso. Estas imágenes, como algunas de las menos «warholianas» del mismo Warhol (aquellas que reflejan de manera directa los conflictos sociales, como la violencia de los disturbios raciales de Birmingham en 1964), pueden sin problema ser puestas en contacto con la crónica social y el realismo europeo, como el que representa Canogar [**5**], y son las primeras que, cuando aparecen, complican de manera clara la «definición pop» de sus autores y evidencian la limitación de la idea estilística que lo restringe a sus más banales y festivas manifestaciones plásticas. Tampoco las referencias autobiográficas de obras como las de Jasper Johns, o la tendencia pictoricista de Hockney o Dine, encajan en la predilección de los Pop por los métodos técnicos que replicaban las propias técnicas de reproducción mecánica de las que se nutre la cultura de masas. Solo si nos fijamos en aquellos elementos que forman parte de la iconografía pop más asumida, de la que hacen gala las obras más conocidas de Ruscha, Oldenburg o Lichtenstein, podemos delimitar la idea de *estilo* sobre la base de unos temas entre los que, sin embargo, siempre encontraremos «cisnes negros» que compliquen el paradigma. La solidez

del argumento que aduce que las obras pop reflejan la sociedad de su tiempo, sus objetos de consumo y sus medios masivos de comunicación, vinculándolos con la rabiosa modernidad que acompañaba al espíritu pop durante los sesenta, también se tambalea desde la base y solo parece útil como método pedagógico de acotación de un estilo que mejor haríamos en formular en plural (Ramírez, 2007).

Respecto a la «rabiosa actualidad» del Pop, que debía estar tan fresco como la última moda, en palabras de Hamilton, las contradicciones tampoco tardan en aparecer. Como ya en 1966 hizo notar Darby Bannard en un artículo de la revista *Artforum,* los Pop tampoco parecían hijos de su tiempo, y reflejaban fielmente el entramado cultural del *American way of life,* sino que, antes bien, eran bastante anticuados en muchos de los elementos que enarbolaban como símbolo de la modernidad: estrellas de los treinta y cuarenta, personajes como Mickey Mouse o Donald que, aunque muy populares, tenían su origen a finales de los años veinte y los treinta, cuando se produce la edad de oro de las historietas y cómics en Norteamérica, o se crea el *star system* hollywoodiense, del que seguirán bebiendo casi treinta años después. Mostrando una marcada pasión por el cine, los objetos, los diseños e incluso los orígenes de la cultura de masas de la época de la Depresión y el *Art Déco,* artistas como Lichtenstein [**6**] o Warhol miran por el retrovisor, entre la nostalgia y la ironía, mezclándolas con la carrera espacial o la imaginación retrofuturista a la que hoy en día —pese a su marcado carácter naíf y artificioso— no nos hemos podido sustraer (Guffey, 2006: 76-81). Incluso la fiebre por los Cadillac, los *drive-in* y el *rock & roll* quedaba, como poco, una década atrás de las manifestaciones más conocidas del movimiento artístico durante los primeros sesenta (Diego, 2006: 35). Es esa distancia que los artistas pop tienen en relación con algunos de sus objetos de consumo predilectos la que hacía que, para la siempre lúcida Susan Sontag, fuese tan difícil separar sus obras de la nueva categoría de gusto de la que tratan sus «Notas sobre el camp» (Sontag, 2014: 271). No es difícil comprobar cómo, inconscientemente o estratégicamente, algunas de las manifestaciones más conocidas del *Pop Art* se aproximan a esta escurridiza estética, para la que el paso del tiempo sobre los productos de consumo es casi tan consustancial como la teatralización o el efectismo.

Tampoco los cómics o el cine a los que acudan los artistas internacionales serán los más actuales o propios de su tiempo, e incluso los eventos políticos a los que se refieran en ocasiones (pienso en la serie de Equipo Realidad sobre la Guerra Civil, extraída de las fotografías de una enciclopedia argentina) serán siempre medidos en función del tiempo y el calado que este proporciona en el imaginario popular, para poder hacerlos comprensibles para el espectador. Es importante, en este sentido, señalar el cambio que la cultura de masas impondrá entre las nociones de lo *popular*. Si hasta entonces se entendía por popular aquello que estaba hecho por y para el pueblo por sí mismo, o que triunfaba entre sus gustos, la aparición de la cultura de masas convertirá lo popular en aquellas obras de carác-



[6] Roy Lichtenstein, cartel del Festival de Jazz de Invierno de Aspen, 1966.

ter industrial —películas, música, cómics, objetos de diseño, etc.— creadas para su popularización mediante el consumo, independientemente de la raíz cultural a la que se adscriban. Sus orígenes, más que culturales, son y serán siempre industriales, aunque a veces jueguen con determinados localismos que manejan de manera estereotipada. Este cambio de lo popular (artesanal y vernáculo) en lo *popular pop* (industrial y homogeneizado) provocará una transmutación absoluta del gusto. Mediante la cultura de masas, el gusto pop acaba imponiéndose e igualándose de manera global.

Para hablar del Arte Pop, por lo tanto, es una labor fundamental atender a los medios y culturas materiales que se estaban desarrollando en el momento, pues el tiempo de estos, su propia historia, es un elemento imprescindible que tener en cuenta. Observar los medios y canales por los que la sociedad de consumo difunde su ideología, y el modo en que muchas de las prácticas pop operarán como interruptores o señales de aviso de su existencia, e incluso de su subversión, es lo que nos permite constatar que la relación pop con los elementos es más estratégica, y menos limitada en espacio y tiempo, de lo que el estilo, formulado de manera simple y canónica, podría hacernos sospechar (Diederichsen, 2018).

Como advertíamos, la creación historiográfica del Arte Pop como puro reflejo y sello de la cultura material de su época no solo se encontraba en manos de los artistas. Esta tarea de forjar un relato que ajustara la cultura pop del desarrollo capitalista de Norteamérica con unas manifestaciones artísticas que la representaran de manera aséptica, integrándose alegremente en su conjunto, y sin cuestionarla social, política o culturalmente estuvo en manos, sobre todo, de los galeristas y gestores de las primeras y más importantes exposiciones sobre el movimiento, así como de los críticos que recogieron tempranamente el testigo sin poner en cuestión este relato oficial. Aunque el problema excede con creces el análisis que podemos abordar aquí, el propio Eduardo Arroyo, protagonista indiscutible de la pintura europea del momento, no ha dudado en apuntar en varias ocasiones que, como había ocurrido con el Arte Abstracto, hubo claros intereses y promoción gubernamental por parte de Estados Unidos para que esto ocurriera. Continuaría así con la estrategia de intervencionismo y utilización política del arte que puso de manifiesto Serge Guilbaut en su libro *De cómo Nueva York robó la idea de arte moderno* en relación con el Expresionismo Abstracto. La expansión del Arte Pop americano, y el interés por implantarlo en Europa por medio de galerías como la de Ileana Sonnabend, en París (directa y conyugalmente vinculada con Castelli, el más importante galerista relacionado con la explosión americana del Pop), habrían contado con un fuerte respaldo institucional (Arroyo, 2014).

Sobre el primero de los puntos, fundamental para entender el desarrollo historiográfico y crítico posterior del *Pop Art,* y su influencia fuera de Estados Unidos, tenemos que rescatar el trabajo de Constance Glenn para el proyecto de Livingstone y Rosenthal en el que, en el marco de una celebración global del Arte

[7] Cartel de la exposición *Amerikansk Pop-konst,* Moderna Museet, Estocolmo, 1964.

Pop en el que se apuntaba su origen anglosajón de manera referencial, la autora no duda en señalarlo como «la invención de un mito» (Glenn, 1992: 35-45). Indica además su construcción, señalando explícitamente las exposiciones que desde 1960 hasta 1964 crearon la fórmula del Pop sobre la base de las carreras de seis artistas: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, James Rosenquist, Jim Dine, Claes Oldenburg y Tom Wesselmann. Las exposiciones a las que hace referencia son: *New Forms, New Media,* celebrada en la Martha Jackson Gallery en 1960; *The New Painting of Common Objects,* en el Pasadena Museum of Art en 1962; *The New Realists,* en la Sidney Janis Gallery de Nueva York, 1962; *My Country 'Tis of Thee,* en Dwan Gallery de Los Ángeles, 1962; *Six Painters and The Object,* primera gran exposición sobre el Arte Pop celebrada en un museo, el Solomon R. Guggenheim, en 1963; *The Popular Image Exhibition,* en la Washington Gallery of Modern Art en 1963; *Popular Art,* en la Nelson Gallery-Atkins Museum de Kansas, 1963; *Pop! Goes the Easel,* Contemporary Arts Museum de Houston, 1963; *Pop Art USA,*

Oakland Art Museum, 1963; *The Popular Image,* Institute of Contemporary Arts de Londres, 1963, en la que solo figuraban artistas americanos; *Mixed Media and Pop Art,* celebrada en la Albright-Knox Gallery de Buffalo, Nueva York, de 1963, y *Amerikansk Pop-konst,* en el Moderna Museet de Estocolmo, en 1964 [7], que fue la primera gran muestra de «presentación» del movimiento, leído desde el prisma americano, en instituciones europeas. Los seis artistas mencionados son los que de manera recurrente aparecen en estas doce exposiciones, realizadas por Ivan Karp y Richard Bellamy, de Castelli y Green Gallery, respectivamente, que fueron los principales encargados, por medio de ellas, y con la colaboración de Leo Castelli, Allan Solomon o John Coplans, entre otros, de promover y crear la nómina de artistas que configurarán el corpus pop a partir de entonces. Pocos serán los cambios que se produzcan sobre ella, como la introducción de George Segal, cuyas obras, por otro lado, y por su configuración material, eran las más difíciles de mover expositivamente, lo que no impidió que se encontrara también representado entre los «artistas del consenso» en la muestra de Estocolmo.

Solo dos años después de la confirmación de esta nómina artística, una joven Lucy Lippard inicia su carrera ensayística publicando uno de los primeros y más importantes estudios sobre el *Pop Art*. Pese al interés que la crítica mostrará más tarde por las perspectivas multiculturales y de género (en obras como *From the center* o *Mixed Blessings: New Art in a Multicultural America),* esta primera obra adolece en este momento, todavía escaso en reflexiones de carácter político desde el punto de vista académico, de una excesiva concentración del análisis en el ámbito norteamericano. Cierto que en el trabajo pionero de Lippard, en el que se establece una tipología historiográfica que se mantendrá hasta los años noventa, se concede la existencia de «otros Pop» en Canadá o Europa. Pese a conceder esta garantía de existencia de un «Pop Global», la hegemonía que atribuye la autora al modelo americano hace que toda comparación —especialmente, la realizada con los Nuevos Realistas franceses— resulte despectiva para cualquier lenguaje o estrategia pop que no dependa, directamente, del estilo «del consenso» norteamericano.

Las selecciones del Pop, realizadas en el terreno historiográfico por Rublowsky *(Pop Art,* 1965), Mario Amaya *(Pop as Art,* 1966) y Lucy Lippard *(Pop Art,* 1966), que fue la más difundida, tuvieron el efecto de restringir el Pop, de manera que:

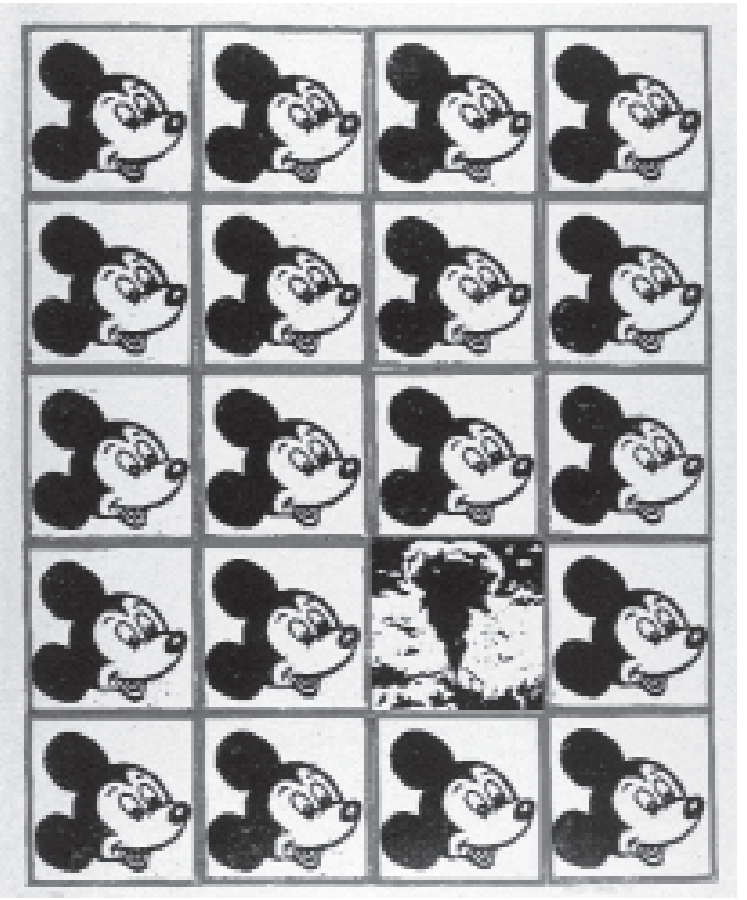
> Para los americanos [...] siguió siendo una manifestación circunscrita casi por completo a su propia cultura, hasta el punto de que los artistas británicos fueron excluidos prácticamente de la mayoría de las exposiciones de Arte Pop celebradas en los Estados Unidos [...]. El Arte Pop no contó con ningún programa preestablecido, y por ello sería engañoso atribuir idénticas intenciones a todos los artistas que han sido englobados bajo dicho término (Livingstone, 1992: 14).

Que la lectura geopolítica del Pop fuese necesaria era algo que estaba desde el inicio sobre la mesa. Sin embargo, la preeminencia y creación canónica del consenso pop norteamericano lo limitaba y restringía en exceso, evitando que se hablara de lo que hablaban las obras (planteamientos políticos y sociales sobre la cultura, la política, la identidad y el género, entre otros que tampoco parecieron llamar la atención durante mucho tiempo) para reducirlos casi a un estilo atractivo y celebratorio —y eminentemente falso— como los propios objetos en que se inspiraba. Como nuevamente Morgan se encarga de recordar (Morgan, 2015: 17), era y es, precisamente, el desigual y particularizado desarrollo del Arte Pop en aquellos países cuya situación económica era distinta a la norteamericana, y que contaban con unas bases culturales y políticas diferentes a las manejadas por los artistas anglosajones, el que hoy en día se presenta como el territorio privilegiado a través del cual observar el fenómeno.

Sobre la creación y recepción de un Pop europeo

Convertido en la imagen de Norteamérica, el Pop acabó ofreciendo una premeditada imagen, cordial y escasamente subversiva, que será discutida por su expansión global, y muy especialmente por su «retorno» europeo, marcado por la ambivalente posición, cuando no el abierto rechazo, ante la hegemonía norteamericana y la idea de dominación económica que arrastraba implícitamente (Morgan, 2015: 15). La imagen de los felices sesenta que el Pop del consenso quería transmitir podría situarse así en la estrategia norteamericana de convertir los años de la Guerra Fría *(Cold War)* en los de la «Guerra Guay» o de moda *(Cool War,* en un afortunado juego de palabras). Valiéndose de una imagen de modernidad y felicidad que se desplegaba a través de su forma de vida y de los objetos, la Norteamérica de los sesenta asentaba su hegemonía (que acabará convirtiéndose, incluso, en una autocolonización) a través del consumo y el sistema económico y político en que se sustentaba (Wagnleiter, 2001).

Esta versión canónica del Arte Pop chocaba en ocasiones —como será evidente en nuestro país— con contextos culturales cuyo desarrollo económico (y, por lo tanto, su cultura de masas) no era el mismo que poseía el mundo anglosajón. También la posición política respecto a la hegemonía americana alteraba en ocasiones la percepción internacional de esas muestras pop, empeñadas en mostrar la cara feliz de los convulsos años sesenta, y podía variar significativamente su sentido y comprensión con el traslado cultural. El profesor Valeriano Bozal, teórico fuertemente vinculado con las experiencias españolas de crítica antifranquista y antiamericana de grupos artísticos como Equipo Crónica [**8**], deja clara la importancia de esta cuestión interpretativa sobre el estilo, en la que profundizaremos más adelante: «Hasta qué punto nosotros, especta-



[8] Equipo Crónica, *¡América, América!,* 1965, IVAM (Institut Valencià d'Art Modern), Valencia.

dores europeos y continentales, veíamos en el pop inglés y en el americano intenciones críticas que presumiblemente no estaban en las imágenes, es cosa en la que ahora no puedo detenerme: posiblemente Warhol no entendía sus "catástrofes" o sus flores y botes de la misma manera que lo hacíamos nosotros» (Bozal, 2000: 474).

La Bienal de Venecia de 1962 confirmó la crisis internacional del informalismo y la rubricó dos años después con la concesión del Gran Premio a Rauschenberg. Este reconocimiento internacional del Pop provocaría una nueva paradoja en su recepción e inflexión europeas debido a la tradición crítica desde la que se miraban las relaciones entre el arte y la cultura popular, dependientes de la opinión sobre la industria cultural de Adorno y Horkheimer y de la crítica marxista. La discusión tomará, de este modo, tres dimensiones principales: una de carácter estético, con el retorno a los objetos cotidianos de los Pop, que en el arte estadounidense había supuesto una afrenta directa y liberadora sobre los postulados modernistas que favorecían al Expresionismo Abstracto y guiaban el desprecio de

Greenberg por la cultura popular, a la que calificaba de *kitsch*. Otra, de carácter claramente político, vinculada con la crítica marxista, para la que, desde Europa (como desde buena parte del mundo), se observaba la colonización de la cultura de masas de raíz norteamericana como imposición de un modelo ideológico transmitido por medio de sus más simpáticos referentes, facilitando así su distribución de manera casi subliminal (Dorfman y Mattelart, 1972). La tercera, mezcla de todas ellas, tenía que ver con la propia identidad histórica, política y estética de Europa: el triunfo del Pop en Venecia significaba, para muchos críticos y defensores del informalismo y la abstracción, un movimiento estratégico por el que se buscaba acabar con el arte europeo y consolidar la hegemonía americana de la vanguardia.

Los primeros puntos de esta discusión fueron claramente analizados, una vez más, por Umberto Eco, el más influyente filósofo y teórico de los medios del momento y agudo analista de la cultura pop. Entrevistado en 1972, ponía en contacto estas tres dimensiones de la discusión para valorar si en el Arte Pop había una crítica o una alabanza de la cultura de masas:

> He puesto ya en evidencia la contradicción del arte pop: crítica e ironía por un lado, aceptación y amor por el otro. Debo añadir, sin embargo —y esto no se comprende hasta que se vive en Estados Unidos—, que esta contradicción existe solo para los europeos. Los europeos somos incapaces de amar y criticar al mismo tiempo la sociedad de consumo. En el fondo, para Europa, para el intelectual europeo, la sociedad de consumo es algo que ha llegado cuando él ya había crecido. Para el americano, la sociedad de consumo es algo así como para nosotros los árboles, los ríos, los prados o las vacas, es decir, pura Naturaleza [...]. Consecuentemente, la actitud del artista americano respecto a estos objetos es absolutamente distinta, puede amarlos y odiarlos al mismo tiempo (Ragué, 1973: 14).

Desde Europa, sin embargo, la admiración de los norteamericanos por los objetos de consumo no era siempre percibida como una posible crítica a su modelo cultural y económico. Antes bien, hasta las propias obras pop parecían ser productos de la cultura pop que Estados Unidos importaba. Se establecía así una separación radical entre las prácticas artísticas «europeas», vinculadas con la tradición eurocentrista de la historia del arte, y los nuevos métodos y estéticas importados desde suelo americano. Daba cuenta de esta situación el profesor Rubert de Ventós:

> La adjudicación del premio ha incidido en una doble polémica que venía y se sigue sosteniendo: la de un cierto «retorno a la figuración» del que el *pop art* no es, ni mucho menos, el solo exponente, y la de Nueva York sucediendo a París como capital mundial del arte. Lo que de cierto haya en este pretendido cambio de capitalidad no puede asombrar en una pintura que era tanto o más objeto de inversión

> que de contemplación. Es normal que este arte vaya poniendo su casa en la ciudad de Wall Street donde al *marchand,* híbrido de comerciante y *connaisseur,* sustituye ya sin reservas al puro capitalista o la gran compañía (Rubert de Ventós, 1965: 89).

Se interpretaba así, desde Europa, el triunfo del Pop como el proceso que Marchán (1986: 33) definió acertadamente como la «coca-colonización» que equiparaba el término «pop» con la extensión de la cultura del capitalismo tardío. Que se sumaran a esta opinión incluso los defensores del Nuevo Realismo que podían encontrarse próximos a ciertas estrategias pop complicaba la encrucijada política en la que se inscribía su aterrizaje, «reconvertido» a la americana, en territorio europeo: «El triunfo del Pop, cuyo carácter colonial como de invasión sentimos mucho en aquellos momentos, oscureció experiencias más serias (al menos a nuestro entender) que existían en Europa» (Equipo Crónica, 1981: 19).

Estas experiencias «serias», con las que los Crónica (equipo formado en 1964 por Rafael Solbes, Manolo Valdés y Juan Antonio Toledo, del que nos ocuparemos ampliamente) se sentirán más cómodos, como le sucederá a gran parte de la crítica vinculada a las experiencias pop en la España de los sesenta, se encontraban representadas por la denominada Figuración Narrativa francesa, tendencia artística teorizada por Gérald Gassiot-Talabot y consolidada en la exposición *Mithologies quotidiennes,* celebrada en el Museo de Arte de la Villa de París en 1964. Basada en la reflexión sobre las sociedades actuales a través de sus imágenes y medios, el movimiento narrativo, conformado por artistas como Rancillac, Monory, Télémaque, Recalcati, Buri, Adami, Klasen, Erró, Voss o Arroyo, entre otros, avanzaba sobre algunos aspectos que ya se encontraban perfilados en los *Nouveaux Réalistes* franceses. Estos, que se habían forjado como grupo en 1960 alrededor del crítico Pierre Restany, plantearon su labor alrededor de la idea de un arte que *presentara* los objetos sin la mediación de un lienzo en el que se *reprodujesen,* basando el movimiento en el reciclaje poético de la realidad urbana, industrial, publicitaria, como los objetos directamente extraídos de la realidad —incluso de un restaurante regentado por el artista— de, por ejemplo, Daniel Spoerri. El Nuevo Realismo y su recuperación vanguardista de la presencia directa de los objetos se definían en términos estéticos como herederos directos del Dadaísmo y opuestos a la hegemonía de la abstracción, pero sin olvidar la dimensión social y política del arte, sobre la que también incidirá la Figuración Narrativa, aunque retomando la mediación pictórica. En el caso de los Realistas, la propia vinculación de su nombre con el socialismo ruso ya apuntaba a su politización, manifestada en sus obras por la importancia que los objetos cotidianos del día a día tienen como reflejo de la cultura y la sociedad que los producen, atendiendo a «la inserción del elemento sociológico en el escenario fundamental de la comunicación» (Paquement, 1992: 227).

Acompañando las dificultades en las relaciones y posición de estos distintos movimientos con la eclosión del Pop Internacional, resulta iluminador el comen-

[9] Bernard Rancillac, cartel para la exposición *La Figuration Narrative dans l'Art Contemporain,* Galería Creuze, París, 1965.

tario que Xavier Rubert de Ventós realizó en la época sobre *Mithologies quotidiennes* poniendo en evidencia los prejuicios con que en ocasiones era acogido el Pop en Europa y los excesos a los que la teorización artística pudo llegar en su «traslado» europeo:

> Al contemplar las obras allí expuestas nos pareció que se trataba, simplemente, de un intento por parte de la Escuela de París (de alguno de sus pintores cuando menos) de alistarse a las formas del Nuevo Realismo y Pop Art que habían empezado rechazando. Pero por lo visto nos equivocábamos; y ello, nos dice Gassiot-Talabot, porque mirábamos demasiado sin preocuparnos de leer. Es cierto, reconoce el autor, que como el Nuevo Realismo o el Pop, la exposición expresaba «la sensibilización de algunos artistas actuales a los orígenes sociológicos, al hecho urbano y a la mitología del objeto»; pero su sentido era absolutamente otro, «pues solo algunos demasiado apresurados o demasiado distraídos para leer la advertencia que había sido pegada encima de la "vi-

> trina de objetos" pudieron creer que se trataba de una manifestación paralela al Nuevo Realismo» [...]. Si queremos entender de qué se trata en una exposición hemos de leer, pues, y con cuidado, los títulos y las advertencias. En ellas, y no en las obras, se nos revelará lo que estas son y representan en verdad (Rubert de Ventós, 1969: 339-340).

Tanto los Nuevos Realistas, reunidos en la exposición *Cuarenta grados por encima de dadá* de 1961, como los miembros de la Figuración Narrativa, agrupados en distintas muestras, como la de la Galería Creuze de 1965 (en la que aparecen felizmente acompañados por Rosenquist, Rauscheberg o Hockney) [**9**], hacían gala de ciertas estrategias compartidas con el Pop, como la elevación de objetos cotidianos, en el caso de los Realistas, o el uso de recursos expresivos sacados del cine o el cómic, presentes en la Figuración Narrativa, que les aproximaban al movimiento internacional. Al mismo tiempo ellos mismos trataban, pese a sus proximidades temáticas, de distanciarse acudiendo a su politización: «Los nuevos intentos del realismo crítico no conciben al artista como un ser pasivo resignado, sino como un tipo militante y operante que pretende conjugar la alianza aparentemente sin éxito de la vanguardia social con la calidad artística, y alimenta un espíritu progresivo en los frentes del lenguaje y los contenidos» (Marchán, 1986: 72).

Los movimientos europeos que releían la cultura de masas como parte de la nueva realidad social no pasaron desapercibidos para la crítica internacional, aunque, como ya sabemos, su experiencia no servía para promover el diálogo internacional entre experiencias pop, sino para tomar distancia respecto al fenómeno estadounidense:

> Desde 1962, crítica y museos de todo el mundo han tendido a confundir el Nuevo Realismo y el Pop Art, pero hoy en día parece claro que ambos deben ser vistos como dos fenómenos visuales completamente distintos. Hay, sin embargo, significantes similitudes en el ánimo que se esconde tras la tendencia tanto europea como angloamericana... Ambos se muestran claramente involucrados con los objetos cotidianos y los artefactos industriales y orientados a la civilización del lujo. Sin embargo, los americanos los extraen directamente de la realidad, mientras que los europeos son más proclives a denominar a sus fuentes de inspiración «mitologías diarias» (Lippard, 1970: 174-175).

Como podemos comprobar, estas *mitologías* de resonancia barthesiana afectaban tanto a los miembros de unas corrientes y otras como, sobre todo, a los críticos que se aproximaban a ellas y las delimitaban. Esto es especialmente llamativo en la construcción de un «Pop político» en el caso del europeo (y sus distintas ramificaciones, como Nuevo Realismo o Figuración Narrativa) frente a la posición extendida —y hoy sabemos que falsa— de la falta de compromiso crítico del

[10] Vista de la exposición *New Realists,* Sidney Janis Gallery, Nueva York, 1962.

arte norteamericano, que nos devuelve a la discusión inicial sobre el propósito que el uso de la «vida cotidiana» y los objetos de masas cumplían con su presencia en estas obras:

> La imagen «pop» ha funcionado como un filtro. No proyecta contenidos o estimaciones personales, no desenmascara los mecanismos del hecho institucional recién aludido, sino que básicamente los presenta sin mutar lo establecido. Se advierte un mayor grado de objetivación, distanciamiento, en las figuras americanas que en el inglés y en el europeo en general (Marchán, 1986: 47).

Lo sorprendente del asunto, y lo que debía hacer que Lippard acusara la confusión internacional que se había venido dando entre Realistas y Pop, era que estos últimos, en su más americana versión (Indiana, Oldenburg, Warhol, Lichtenstein, Segal o Wesselmann), habían aparecido también bajo la etiqueta de «Nuevos Realistas» en la Sidney Janis Gallery de Nueva York en 1962 [**10**], del mismo modo que en las muestras francesas sobre la Figuración Narrativa constaban los nombres de Hamilton o Rosenquist, y todos ellos, en uno u otro momento, habían ocupado también la etiqueta de «Neodadá» (Hapgood, 1994). Lo interesante de esta confusión, e ilustrativo respecto a la definición no solo terminológica, sino conceptual, del Arte Pop en el contexto geopolítico global de los sesenta eran las connotaciones ideológicas y políticas que la propia terminología conllevaba y cómo esta orientaba en uno u otro sentido la discusión. Como Josep Salvador ha señalado oportunamente al respecto, «la etiqueta de "nuevos realistas" hacía hincapié en su resuelto compromiso con la vida contemporánea y toda su banal coti-

dianidad. La posterior supresión de este término en favor del más corto y enérgico de arte pop logró que el énfasis se desplazase desde el contenido a la actitud» (Salvador, 1997: 18).

En realidad, todas estas etiquetas con las que se identificaban unos y otros movimientos, a veces de manera felizmente fluida y confusa, acabaron por volverse de una rigidez tal que plantear, siquiera hoy en día, retomar el término «pop» de manera categórica para muchas de ellas es una labor históricamente imprecisa y, posiblemente, conceptualmente improductiva. La fractura final, que confirmaba la separación de un *Pop Art* americano y de los movimientos europeos que habían optado por su politización, vino determinada por la Documenta 4, que Tomás Llorens identifica como la crisis del movimiento. Para el crítico, esta disolución se manifestó claramente en las distintas etiquetas que tuvieron que crearse para acoger las diferentes muestras, fruto además de la disparidad y las desavenencias en el equipo que cubrió la ausencia del fundador, Werner Haftmann, y de las dimisiones de Will Grohmann y Werner Schmalenbach. Pese a lo acertado de la referencia en Llorens, es perceptible, sin embargo, que desde mediados de los años sesenta los artistas y críticos más vinculados con las manifestaciones próximas al Pop en Europa —como la Nueva Figuración Narrativa o la Crónica de la Realidad española— ya han marcado enormes diferencias con el movimiento norteamericano. Por lo tanto, lo que la Documenta 4 hizo, en todo caso, es rubricar y certificar esa diferenciación, privilegiando el movimiento anglosajón sobre los europeos, de cara a la posteridad. El *Pop Art* ya quedaba sellado y definido, también desde Europa, según la fórmula del consenso a través de Oldenburg, Rosenquist, Wesselmann, Rauschenberg, Dine, Indiana, Lichtenstein, Johns y Warhol. Mientras tanto, los europeos (que solo se repartían dos tercios de la Documenta, con una presencia americana entre Pop, *Op* y *Minimal* que provocó grandes protestas) pasaban a engrosar difusas categorías como «Figuración», en la que se incluía tanto a Saura como a Hockney o a miembros de la Figuración Narrativa francesa como Télémaque (Llorens, 2014).

Estas categorías, y la connotación política que portaban, eran la causa de que, como veíamos, miembros de la vanguardia europea, como Equipo Crónica, se sintieran más cómodos con las etiquetas «serias» de Figuración Narrativa o Crónica de la Realidad que con la muy connotada y manipulada expresión «Pop». Como recordaba Valeriano Bozal, uno de los protagonistas teóricos de su desarrollo en nuestro país, ya con cierta distancia retrospectiva a principios de los noventa con relación a cómo se entendía el fenómeno en los sesenta:

> Si el pop fuera una tendencia canónica o estilísticamente muy precisa, no cabe duda de que los artistas españoles figurarían en las filas de los más heterodoxos, pero me inclino a ver el arte pop como una orientación que rechaza criterios canónicos e incluso que no define con excesiva nitidez la línea que limita

> con otras, por ejemplo, la figuración narrativa, lo que permite una tierra de nadie (no un territorio marginal) que es consustancial a su diversidad. Los artistas españoles pueden situarse en esa tierra de nadie (Bozal, 1992: 240).

La tierra de nadie que señalaba el Pop en su versión global, tanto por la complicación terminológica que suponía, y que ponía en evidencia unas claras connotaciones ideológicas y geopolíticas, como por el problema mismo que se manifestaba en ellas a través del uso y la integración de los objetos del día a día y la cultura de masas, es hoy en día un territorio inmejorable que explorar para poder revisar, desde nuevas perspectivas, las producciones artísticas, teóricas e historiográficas realizadas sobre los años sesenta.

No es «Pop» todo lo que reluce: interpretaciones críticas sobre la cultura popular

La más negativa de las relaciones con las que tuvo que vérselas el Pop, dentro del propio mundo del arte, era con aquellos movimientos que, recurriendo a los objetos cotidianos, del mismo modo que los Pop, los revisaban de manera crítica y los despojaban —y se despojaban, como movimiento artístico— de cualquier circulación en el mercado capitalista. Este es el caso de Fluxus, quienes, a pesar de su proximidad en ciertos aspectos con el Pop (desde su nacimiento a partir de las experiencias neodadaístas de Cage, Johns y Rauschenberg en el Black Mountain College, o de la influencia de la exposición *The Art of Assemblage* de 1961), renegaban abiertamente de cualquier vinculación directa con el movimiento de Oldenburg o Warhol. Buen ejemplo de ello es el trabajo *An Ademdum to Pop,* publicado en 1971 por Robert Watts: un volumen en el que había trabajado desde 1961 y que recogía las fotocopias de todas las patentes de los últimos diez años en las que se utilizaba el término «Pop», lo que ponía en evidencia el componente comercial que la circulación del término —como cultura y como estilo— había alcanzado en Norteamérica (Kellein, 1992: 239).

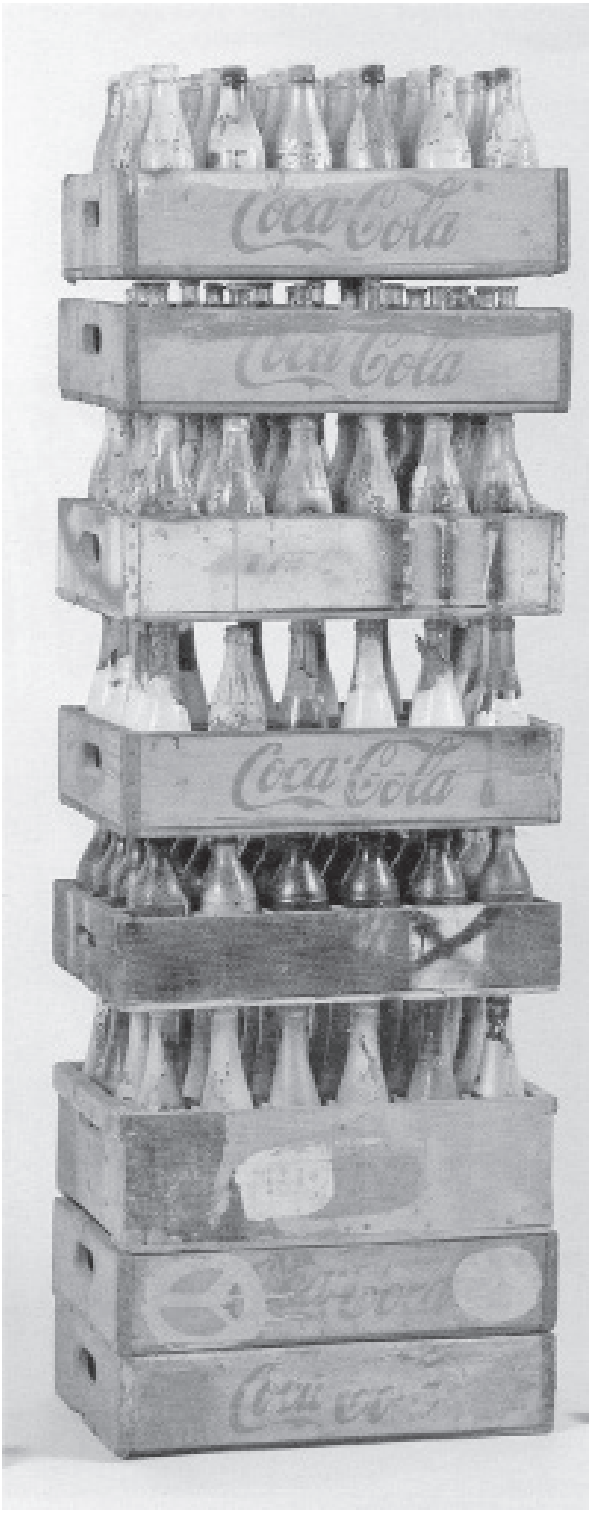
Los trabajos Fluxus y conceptuales tenían indudables puntos de coincidencia con los Nuevos Realistas aunque fuese por la inspiración común en el *ready-made* de Duchamp y la recuperación crítica del objeto de consumo. Hoy, sin embargo, cuando ya sabemos —y comprobaremos— que en el despliegue global del Arte Pop los contenidos críticos y políticos jamás estuvieron ausentes, las líneas divisorias entre los distintos movimientos de los sesenta se desdibujan y permiten lecturas conceptuales del Pop, contaminaciones técnicas y estilísticas (como el recurso a la serialidad, que comparte con el *Minimal)* e incluso «popizaciones» conceptuales como las de Christo y Jean-Claude con algunos de sus empaquetados de revistas de sociedad en los que Marilyn Monroe aparece bien visible como portada, de manera nada casual, tratándose de uno de los motivos iconográficos más repetidos del Pop, junto con el presidente

Kennedy o la Coca-Cola, también presentes en los *dé-collages* de Vostell o Mimmo Rotella, entre otros.

El primero de los problemas, de carácter estético, fundaba esta desconfianza de Nuevos Realistas y Fluxus sobre el manejo afirmativo de los objetos de la cultura de masas por parte de los artistas del Pop norteamericano. Discusión de época donde las haya, y de regusto vanguardista en la línea que abrirá el muy leído Marcuse durante los sesenta y continuará Bürger con su *Teoría de la vanguardia*. Una discusión en la que subyacía un problema sobre la representación que el Pop, como uno de los herederos del *ready-made,* planteaba poniendo en marcha «poderosos mecanismos de transmutación mediante los cuales logró que los objetos *presentados* pareciesen *representados,* y viceversa» (Ramírez, 2009: 125).

El objeto pop problematizaba la discusión sobre la representación en el arte: los objetos cotidianos, como había ocurrido desde la discusión clásica sobre la mímesis, podían ser representados en creaciones escultóricas (Segal), cambiando radicalmente su escala (Oldenburg), pictorizándolos (Warhol) o distorsionándolos irónicamente (Johns), pero también eran —y en esto podían confundirse con prácticas conceptuales o Fluxus— *presentados* sin que hubiese un medio específico (pintura, fotografía, impresión o estampación) que los auratizara, aunque fuese durante quince minutos, para devolverlos, seriados, a la cultura de masas de la que procedían. En este ámbito de la presentación es donde se inscriben los empaquetados (Christo), el traslado literal del objeto (Spoerri), los ensamblajes (Rauschenberg) o ciertas formas de pictorización herederas del *collage* (Hamilton) en el terreno internacional, así como el empleo directo de objetos en obras de nuestro país, como las de Lluís Güell [**11**], que provocarán cierta confusión entre los límites del Pop y los usos conceptuales de los objetos propios del Nuevo Realismo y el arte conceptual. Este problema culminará con la indistinción warholiana de las *Brillo Boxes* que, como es bien sabido, actualiza de manera radical el problema de la concepción misma de obra de arte, en un espíritu «conceptual» que parecían compartir todas las muestras del momento (Danto, 1999).

La discusión estética sobre el uso de los objetos y sobre los saltos entre la presentación y la representación se entendía en su momento, y todavía hoy, como una discusión con connotaciones políticas. Si, como recuerda Ramírez, «la monumentalización de estas cosas "encontradas" era vista como una operación que desnudaba los oscuros mecanismos del mundo del arte» (2009: 128), también su monumentalización y su transformación en nuevo objeto de consumo artístico complicaban su papel como mediador crítico en las relaciones arte-sociedad, al ser identificado el cuadro pictórico tradicional con el sistema del arte burgués. La imitación no solo afectaba a los temas, sino que involucraba también a los medios, y en ocasiones se apostaba por las mismas técnicas que utilizaban los medios de masas, asépticos y objetivos, separándose así, según la versión oficial construida sobre el Pop del consenso norteamericano, de los intere-



[11] Lluís Güell, *Derrota de Samotracia o victoria pírrica de la Coca-Cola,* 1966.

ses políticos que muestra su despliegue mundial. De hecho, para poder mostrar aquellas obras que, recurriendo a las estrategias pop en territorio americano, tenían una clara referencia e intención políticas relacionadas con el *underground,* la denuncia de la guerra de Vietnam o las reivindicaciones político-sociales de carácter racial o sexual, se utilizó la subetiqueta *Shocker pop* (Marchán, 1986: 67). Esta visión marcó claramente a los artistas europeos e influyó en ellos. Según la artista Ángela García:

> El pop llegó a España desde el mundo anglosajón en los sesenta. Al principio el término no era muy popular. Era asociado sobre todo con la vanguardia del momento; más tarde ganó popularidad entre la audiencia general. Durante la dictadura de Franco, el pop nos ofrecía un lenguaje subversivo contra el régimen. Por un lado, representaba un cambio en la estética y por el otro ofrecía la oportunidad de trasladar (visualmente) la realidad política y social del país, a través de un lenguaje plástico que tenía un enorme potencial comunicativo (Morgan y Frigeri, 2015: 128).

Es decir, que a pesar de que el Pop, como parte de la cultura material de los sesenta —la que los americanos parecían vanagloriar con sus trabajos—, no contara con un potencial subversivo, su uso estratégico sí podía serlo. En este mismo sentido ahonda Manolo Valdés, uno de los más conocidos representantes del movimiento en su politizada versión española:

> Usábamos «pop» pero lo cuestionábamos. Tomamos las imágenes (el lenguaje) pero entendiendo que tenía que ser distinto de los Estados Unidos. Sentíamos que el pop americano no tenía contenido político. Lichtenstein, Warhol podían ser útiles, pero nosotros nos enfrentábamos a un reto diferente, ya que teníamos enfrente una situación política muy distinta de la que tenían los artistas estadounidenses. Así que, para nosotros, el pop era un medio a través del que embarcarnos en una batalla política, pero también una salida y una manera de ir contra las tendencias artísticas dominantes relacionadas con el informalismo [...]. La multiplicación y difusión masiva eran elementos importantes para nosotros, y por eso nos dedicamos a la impresión *(ibíd.:* 132).

No todas las opiniones europeas sobre el Pop americano eran tan negativas, y de hecho, como podríamos constatar hoy en día a través de trabajos como el de Crow sobre la influencia de la cultura de masas en el arte, la versión «internacional» del Arte Pop como un arte altamente politizado es la que ha terminado revirtiendo sobre los propios artistas americanos, eliminando «el consenso» sobre estos y descubriendo que hasta el trabajo del mismísimo Warhol posee una vertiente que «estimula la aprehensión crítica o subversiva de la cultura de masas y el poder de la imagen como mercancía» (Crow, 2002: 55). Esta misma idea se encuentra

presente en el trabajo fundamental de Dorfles, en el que señala, en clave de realismo social, la diferencia entre la replicación del objeto real y su repetición obsesiva en Warhol frente a la «burda imitación» de un Oldenburg (Dorfles, 1969: 202-216). Precisamente por ello, según cuenta Andreas Huyssen en su imprescindible trabajo sobre la recepción europea de la cultura y el Arte Pop, existía la posibilidad de que este se retomara como

> sinónimo del nuevo estilo de vida de la generación más joven, un estilo de vida que se rebelaba contra la autoridad y aspiraba a liberarse de las normas impuestas por la sociedad [...] el pop en su más amplio sentido fue confundiéndose con las actividades públicas y políticas de la nueva izquierda autoritaria [...] un público de arte predominantemente joven había empezado a interpretar el arte pop norteamericano más como protesta y crítica que como afirmación de una sociedad opulenta [...]. La fuerte tradición alemana de la crítica cultural *(Kulturkritik)* tuvo sin duda algo que ver (Huyssen, 2002: 245-246).

No olvida Huyssen el problema fundamental de la dimensión estética del uso del objeto cotidiano, corroborando que su aparición en los movimientos artísticos de los años sesenta «alentó un nuevo debate acerca de la relación entre el arte y la vida cotidiana. [...] el pop parecía liberar al arte elevado del aislamiento en el que lo había mantenido encerrado la sociedad burguesa» *(ibíd.:* 248). Las «contradicciones performativas», en términos de Habermas, que suscitaban que el arte que recurría a la seducción de los *mass media* pudiese utilizarlos de manera crítica se convertirán en uno de los debates más polémicos sobre la extensión mundial del Pop.

Para complicar y enriquecer aún más la cuestión, este debate no solo afectaba al mundo del arte. Como buen elemento propio de la cultura pop, sus estrategias visuales, que partían del mundo del diseño y la publicidad, y que a él volvieron tras la apropiación, lo hicieron cargadas de ese componente crítico que, en algunos casos, las convertía en símbolos subversivos. De ahí que, como trataremos de mostrar en nuestro trabajo, sea imprescindible, para comprender los cambios estéticos de los años sesenta, observar no solo las corrientes, influencias y desarrollos exclusivamente artísticos. Como el propio Arte Pop pondrá en evidencia, es en la cultura material y su circulación, especialmente en los niveles de comunicación masiva, donde se producen, crean y distribuyen (y pueden cortocircuitarse) los elementos básicos de nuestra cultura visual. Nuevamente en nuestro país —donde el desarrollo de una cultura pop, como veremos, fue dispar en su recepción y crítica— el lenguaje propio del Pop tuvo una trascendencia política fundamental. Como recuerda Ángela Fortea:

> Hacia 1968 el estilo pop se había convertido ya en el lenguaje formal de la resistencia cultural catalana. Se vería impulsado por la crisis social de mayo del 68 y por las propuestas gráficas procedentes de Inglaterra (las cubiertas de los

> discos de The Beatles) y de los Estados Unidos (el pop art, la gráfica pop y psicodélica) [...]. América Sánchez y Eric Satué lo aplicarían en publicaciones, portadas de libros y cubiertas de discos, y Carlos Rolando en la gráfica publicitaria (Fortea, 2013: 17).

Los trasvases y saltos entre presentaciones y representaciones, trasladables a las nuevas industrias de la imagen, y el papel que estas desempeñaban en las culturas del capitalismo tardío se enlazaban con discursos teóricos que permitían revaluarlas y situarlas. Destacan, por su relevancia en el momento, los trabajos de Umberto Eco, al que nos acercaremos con mayor atención; Pierre Bourdieu, con *La fotografía: un arte medio;* los de Lefebvre dedicados al estudio de la vida cotidiana, o Baudrillard con *El sistema de los objetos,* en el que adoptaba una posición marxista en el análisis que será ampliamente compartida —aunque no en referencia directa— por parte de la crítica europea, y muy especialmente por la española, y se convertirá en una de las posiciones ideológicas clave en la recepción e interpretación del Pop en Europa, enraizadas en un discurso crítico de carácter frankfurtiano (Carroll, 2002).

La recuperación de Walter Benjamin y su fundamental trabajo sobre *La obra de arte en la época de su reproducción técnica* alentará la discusión que veía con buenos ojos el potencial político de una cultura de masas claramente americanizada por los nuevos medios técnicos, como el cine. Desde una particular perspectiva marxista, la visión de Benjamin contrastaba con el rechazo que todo atisbo de americanismo despertaba en Adorno. Benjamin, como sucederá con el Brecht ampliamente leído y aplicado en el Pop español, advertía de la enorme influencia que el americanismo que había invadido Alemania en los años veinte había tenido para posibilitar la conciencia de clase y facilitar la revolución, mientras que Adorno, en cambio, no superó nunca su profunda desconfianza hacia todo lo estadounidense y jamás percibió que los medios de masas pudiesen contribuir en nada a la emancipación. Sin embargo, y es importante tener esto en cuenta, la visión y el contexto sociopolítico desde los que lanzaba cada uno de ellos sus reflexiones sobre los *mass media* (Benjamin tomando como referencia la Rusia de los veinte, Adorno la Norteamérica de los cuarenta) ya se encontraban lo suficientemente distorsionados como para no poder aplicarlos, sin «traducirlos», a la situación de los sesenta. Con su habitual —y a veces enervante— ironía, el propio Warhol expresaba esta nueva situación en el contexto de la Guerra Fría, analizando el potencial crítico que llevaba implícito el Pop y comparándolo, directamente, con las teorías brechtianas:

> Alguien dijo que Brecht quería que todo el mundo pensara de la misma manera. Yo también quiero que todo el mundo piense de la misma manera. Pero Brecht pretendía llegar a eso por el comunismo. Rusia lo está haciendo mediante el gobierno: aquí está sucediendo sin intervención de un gobierno fuerte.

> Entonces, si funciona sin proponérselo, ¿por qué no habría de funcionar sin ser comunista? Todo el mundo se ve de la misma manera y actúa de la misma manera, y nosotros avanzamos en esa dirección. Todo el mundo debe ser una máquina. Todo el mundo debería actuar como todo el mundo. ¿A eso apunta el pop art? Sí. Tiene que ver con igualar las cosas (Russell y Gablik, 1969: 116).

Brecht, leído de un modo mucho más profundo, especialmente en el arte español y su relación con la Figuración Narrativa, será de enorme utilidad para superar la separación interpretativa sobre el uso presentativo o representacional de los objetos e introducirá el «efecto de distanciamiento» en los productos extraídos de la cultura de masas que recuerden su procedencia y activen el proceso dialéctico con el espectador. La incorporación al diálogo de las reflexiones sobre la cultura industrial de Herbert Marcuse, así como su influyente trabajo *Eros y civilización,* allanarán el camino para que las perspectivas y posibilidades «eróticas» de la cultura, representadas por cierta lectura del hedonismo de masas, pudieran contrastarse y complementarse con las tareas prometeicas de la ideología de partido y clase propias de los movimientos revolucionarios de la izquierda tradicional (Marcuse, 1965: 160-161). Al mismo tiempo, Marshall McLuhan lanzaba con sus trabajos de los sesenta una visión positiva sobre los medios de masas que contemplaba la posibilidad de que el espectador «completara» la información interactuando con ellos y adquiriendo así el sentido crítico que trajera al presente las connotaciones ocultas en el ámbito de la representación.

Como podemos comprobar, en la discusión estética y política que rodea a la recepción del Arte Pop, la situación cultural era un paradigma imprescindible del análisis. Una relación que marcará de manera consciente el carácter y la identidad de las muestras pop en el panorama global y que tendrá un impacto y lectura especial en el caso español. Obviamente, hoy sabemos que los trasvases entre presentaciones y representaciones, como la separación radical entre políticos y apolíticos de los Pop europeos, latinoamericanos o japoneses frente a los estadounidenses, no eran verdaderos compartimentos estancos, sino constructos estético-ideológicos fácilmente vulnerados por las propias prácticas y lo que estas trataban de contar como parte de una complicada y autorreflexiva respuesta de la cultura contemporánea sobre sus límites y posibilidades.

Capítulo 2

«Os recibimos, americanos, con (moderada) alegría». Posibilidades de un Pop yeyé en los sesenta

El desarrollismo y la nueva cultura económica

La década de los sesenta se abría en España en 1959, con la aprobación de la Ley de Estructura Económica. Esta legislación era el primer paso en la puesta en marcha del Plan de Estabilización y Desarrollo que se prolongará durante toda la década. La importancia histórica de este plan económico, y el cambio que favoreció en la sociedad y cultura españolas, han dado lugar a que conozcamos estos años como los del «desarrollismo». Simpática terminología de aire «retro» que pone el acento en la importancia que el factor económico tuvo durante la denominada «segunda época» del franquismo, en la que intentaba abandonar la autarquía para acercarse a la aceptación y el *aggiornamiento* en el marco internacional de las democracias liberales.

El Plan de Estabilización y Desarrollo era una de las consecuencias previstas por el cambio de gobierno que se había iniciado en 1957 y que sustituía a los sectores nacionalcatólicos y falangistas en los que se había apoyado la dictadura desde el golpe de Estado de 1936. Este nuevo gobierno, formado por los tecnócratas del Opus Dei, realizará una serie de cambios estructurales en la economía del país, como las desregulaciones laborales, que parecían liberar a los trabajadores y las compañías de las directrices del régimen, aunque este seguía bien representado en las negociaciones entre empresas y sindicatos, ya que la Organización Sindical Española (OSE), o sindicato vertical franquista, fue el único permitido hasta 1977. La idea que subyacía al Plan era que se produjese un cambio en la estructura económica del país que lo orientase hacia el capitalismo internacional, pero intentando que las transformaciones se limitasen a lo económico y no afectasen a

las bases políticas e ideológicas de la dictadura. Se trataba, por tanto, de un cambio de imagen que permitiese su aceptación internacional, «hacia fuera», y mostrara la prosperidad del régimen «hacia dentro», buscando con ello cierto efecto de anestesia política sobre la población (Richards, 2000: 38-47). Los españoles, de este modo, verían en el progreso económico el triunfo de los «25 años de paz», como proclamaba la campaña que lanzó el gobierno en 1964 para hacer olvidar que esa supuesta paz se había iniciado con un cruento golpe de Estado que había desembocado en casi veinte años de división, pobreza y autarquía. Y lo verían, sobre todo, a través de los medios de comunicación, que el régimen sabrá utilizar con enorme habilidad y que algunos de los artistas vinculados a las estrategias pop, como es el caso de Equipo Crónica, usarán a su vez como fuente primordial para mostrar su rechazo a aquel en obras como *La cinta,* a través de las cuales criticaron la imagen oficial del franquismo a partir de sus propias ceremonias institucionales [**lám. 1**].

Con la vista siempre puesta en ambos escenarios, el Plan de Estabilización contaba con premisas internas, que se sumaban a la liberalización, como medidas para reducir el déficit presupuestario y el gasto, y externas, como la regulación de la conversión de la peseta con relación al dólar, la apertura a los mercados internacionales y la entrada de capital extranjero por medio de nuevas disposiciones tributarias y aduaneras tendentes a favorecer la inversión exterior. Todas estas medidas dieron fruto rápidamente y resultaron en lo que se conoció —con una programada terminología, no exenta de contenido ideológico— como el «milagro económico» de los sesenta (Fuentes Vega, 2017a: 17).

Tal y como indican Mayayo y Marzo en su recuento de la época, y del impacto que tendrá en las artes plásticas y visuales de nuestro país, este proceso de desarrollo y modernización económica de España no habría sido posible «sin el concurso de tres factores exógenos, que ayudaron a compensar el persistente déficit de la balanza comercial: el aumento de las inversiones extranjeras en España, los ingresos procedentes del turismo de masas y las remesas enviadas por los emigrantes españoles que trabajaban en el extranjero» (Marzo y Mayayo, 2015: 250).

El supuesto milagro promovió una serie de profundos cambios en la estructura sociocultural española que reconfiguran y condicionan su devenir, al menos hasta la llegada de la Transición democrática de mediados de los setenta. La transformación de una economía básicamente agraria en una que daba cabida al desarrollo económico y empresarial, promovido en el entorno urbano, provocó una enorme oleada migratoria del campo a la ciudad que cambiaba la visión sobre el trabajo y situaba a las urbes como símbolos del progreso y el bienestar. La realidad de este proceso, y del modo en que se realizó, privilegiando a ciertas regiones y sectores, provocó, entre otras cosas, un enorme e irrefrenable desequilibrio entre las zonas urbanas y las rurales. La costa mediterránea española —fruto de la pujanza turística— se convirtió en un foco de inversión y atracción nacional e inter-

nacional, e incluso la imagen del trabajo y los trabajadores sufrió una enorme transformación: la idea del ascenso social se cifraba, exclusivamente, en el acceso a bienes materiales, aunque estos se disfrutaran en las exiguas construcciones de los nuevos barrios de arribaje o directamente en establecimientos chabolistas.

Como recuerda Noemí de Haro (2009), esta estrategia económica balanceaba los apoyos económicos entre lo local y lo internacional promoviendo no solo los trasvases de trabajadores y mano de obra del campo a la ciudad, sino también el desplazamiento de desempleados al extranjero por medio de la emigración, facilitada mediante convenios internacionales. De este modo se conseguía el doble objetivo de recibir divisas exteriores tanto mediante el trabajo migrante como mediante la inversión extranjera, condicionada en gran medida al turismo de costa.

Serán precisamente el *boom* del turismo, y la apertura que provocará a nuevas sensibilidades e intercambios culturales internacionales, las puntas de lanza de la nueva situación. La promoción franquista del turismo fomentaba la idea de que la cosmética libertad del país se cifraba en términos económicos, sin necesidad de que se reflejara en avances políticos y sociales efectivos (idea muy extendida entre los conservadores de nuestro país hasta nuestros días). ¿Es cierto, como se ha afirmado en ocasiones, que «ese mismo progreso económico y social acabaría volviéndose en su contra, al introducir cambios profundos en las mentalidades» (Marzo y Mayayo, 2015: 252)? Esta hipótesis es digna de tenerse en cuenta, pues quizá el control sobre la propia imagen de España que se dio al exterior por medio de los recursos del turismo —y que la profesora Fuentes Vega ha puesto de manifiesto de manera ejemplar— podía obedecer a una estrategia prevista y controlada a través de la cual mostrar una cara amable del régimen fuera de nuestras fronteras mientras los militantes políticos tenían que estar pendientes de que sus pasaportes no se sellaran en ciertas fronteras y de que la vigilancia policial franquista no descubriera las verdaderas importaciones —como las publicaciones prohibidas en el país— que acarreaban en sus maletas.

No solo llegaban las influencias extranjeras a través del turismo o de las bases militares estadounidenses que se habían asentado en España con los tratados de colaboración de 1958. El proceso de apertura al exterior, la extensión de los nuevos medios de comunicación, como la televisión, y las nuevas manifestaciones de cultura popular, como la música pop, facilitaron el contacto y la comparación con formas culturales democráticamente avanzadas. Estas, no obstante, llegaban siempre a través del poderoso filtro del control institucional y de la censura.

La ambigüedad y la superficialidad de la modernización del país encontraron su mejor ejemplo en el referéndum de 1966, fruto de este ambiente de blanqueamiento institucional y de falsificación de la imagen autoritaria frente a las democracias internacionales. La votación —discutible en términos de verdadera democracia— buscaba legitimar en las urnas al gobierno franquista y al mismo

tiempo dotar a la dictadura de ciertos rasgos modernizadores, como el aumento de libertades religiosas y cambios en la ley de prensa e imprenta. Estos avances serán, sin embargo, desmentidos y controlados en la práctica. La supresión de la censura previa para publicaciones y espectáculos se vio contrarrestada por el incremento de suspensiones, cancelaciones y censuras *a posteriori*. El régimen permitió, sin embargo, que textos fundamentales de política, como *El capital* de Marx, se publicaran por fin en nuestro país, aunque lo hicieran solo en ediciones lujosas que, por su alto coste, y por la dificultad de enfrentarse a ellas por parte del público general, sabían dirigidas a una mínima élite intelectual del país, mientras que se prohibían, como ocurrió en 1968, las ediciones de bolsillo de estos mismos títulos que pudiesen difundirse con mayor facilidad (Rojas, 2006). Prueba de la escasa confianza hacia la apertura de ideas políticas que el franquismo consideraba subversivas fue la retirada de todos los textos que contemplaba como semillas de agitación política en el seno del movimiento estudiantil —Trotski, Engels, Marx o Marcuse— durante el Estado de Excepción de 1969, motivado por las revueltas promovidas por el sindicato ilegal de estudiantes de Barcelona y las protestas por la extraña muerte de Enrique Ruano durante la actuación de la Brigada de Investigación Social, prácticamente idéntica a la de Rafael Guijarro dos años antes, que Arroyo convirtió en narración crítica en una de sus obras más dramáticas; en ella, los pies del estudiante, calzados con unas modernas deportivas y vaqueros, es todo cuanto puede verse de él a través del marco de la ventana.

Como señala Barreiro en su fantástico trabajo sobre la vanguardia antifranquista, esa misma ley posibilitó, por su confusa redacción, que algunos editores encontraran resquicios para publicar textos sobre cuestiones hasta entonces prohibidas, profundizando en el pasado republicano desde disciplinas históricas, filosóficas o políticas que permitían acercar a los españoles las versiones sobre la guerra que el triunfalismo doctrinario del régimen escamoteó como parte fundamental de su programa ideológico (Barreiro, 2021: 135). También obligó a que crítica y escritores desarrollaran mecanismos para transmitir su mensaje subliminalmente a través de sus obras, de nuevo con la limitación de que solo un lector que supiera interpretarlos pudiese entender lo que realmente querían contar, mientras que la masa social del franquismo recibía y consumía las ideas manipuladoras que imponía la cultura oficial sin disponer siempre de las herramientas para articular o difundir una crítica sobre ellos, dado el ambiente de represión general que invadía incluso el espacio privado y de las pequeñas comunidades de trabajadores o vecinos (Larraz, 2014).

El ejemplo más popular de estos relatos contrapuestos entre la realidad, la ficción transmitida por los medios y la contestación por parte de los sectores críticos de la sociedad quedó plasmado en otro importante suceso del año 1966: el accidente de un avión de las fuerzas aéreas estadounidenses que dejó caer cuatro bombas en

[12] El ministro Fraga y el embajador de Estados Unidos en España en la playa de Palomares.

Palomares, tres de ellas en tierra y una en el mar, que tardó tres meses en ser localizada. La falta de información general, y su manipulación por parte de los medios, encontrarían su epítome mediático en las imágenes del ministro Fraga y de Biddler Duke, embajador de Estados Unidos en España, bañándose en las playas afectadas para demostrar la falta de radiactividad [**12**]. Que la playa en la que se produjo ese baño no fuese exactamente la misma en que había caído la bomba no era inconveniente para las prácticas de desinformación anteriores e idénticas a la actual posverdad puesta en marcha por los gobiernos dictatoriales fascistas. Una buena contestación, destacando el papel y la relevancia de los medios de comunicación (que a Moix le hacían pensar, de manera benjamineana, en que, «bien conducidos, podrían ser útiles a una ideología más progresista que la que suele guiarlos» [2007: 54]), la encontramos en un grabado de Guinovart, del grupo barcelonés Estampa Popular, titulado irónicamente *La bomba ye-ye,* por su modernidad y protagonismo mediático, solo comparable con el «Yo soy aquel», que entonó Raphael en el Festival de Eurovisión de ese mismo año. Ese grabado, que serviría como ilustración y anuncio de algunas de las exposiciones de Estampa Popular en la época, transformaba el discurso mediático, afilando el componente crítico desde la praxis artística [**13**].

Los cambios políticos y sociales de los Planes de Desarrollo llevaban implícita la semilla de la disidencia de sectores como los obreros, infrarrepresentados legalmente y sometidos ahora a la nueva estructura política. Mientras la nueva clase media vivía ajena al conflicto social, apoyando el consenso y al régimen por la pujanza económica, que actuaba como bálsamo de cualquier cuestionamiento de la libertad política o social, la desregulación laboral se tradujo en un aumento exponencial de la tasa de

[13] Cartel de la exposición de Estampa Popular en el Consejo Nacional de Cultura, reproduciendo *La bomba ye-ye,* 1966.

paro y en una disminución de los sueldos. Se producía, por tanto, un desequilibrio notable entre la pujanza económica de la emergente clase media y la crisis de obreros y campesinos, que organizaron, a partir de 1962, las primeras huelgas y respuestas opositoras al régimen, a las que nos aproximaremos más adelante.

La acción directa —y a veces, compartida— de asociaciones sindicales, vecinales, estudiantiles y políticas clandestinas de resistencia antifranquista contaba también con un claro apoyo de artistas e intelectuales entre los interlocutores que contestaban a las estrategias del régimen. Como no podía ser de otro modo, ni etimológicamente hablando, a la anestesia política del franquismo, típica de la estetización política de los fascismos, solo podía contestarle la politización de la estética, cumpliendo la máxima de Benjamin (2008: 47).

¿Qué son lo *cotidiano,* lo *popular* y lo *real* bajo una dictadura? La disputa sobre la imagen de España, entre el Pop franquista y Estampa Popular

Como se mencionaba anteriormente, una parte importantísima del proceso de lavado de imagen interna y externa, preparando el terreno para la solicitud de ingreso en el Mercado Común que el franquismo intentó en 1962, tuvo que ver con el turismo y el manejo de una idea muy concreta sobre la cultura popular. Una idea que —*Cuéntame cómo pasó*— superará con creces la época del desarrollismo en el imaginario colectivo, contribuyendo a una creación, tan retro como pop, de los sesenta españoles. Como la citada Alicia Fuentes ha puesto en evidencia en sus trabajos, el turismo sirvió de estrategia de legitimación externa creando de nuevo una imagen ficticia y libre de conflicto. Una estrategia eficaz, sin duda, que conseguía que los turistas que visitaban esa especie de espacios de libertad controlada en los que se convirtieron las costas españolas volvieran a sus lugares de origen sin la impresión de haber estado en un país donde gobernaba una dictadura presente en todos los estratos de la vida. Cabe recordar, en este sentido, que el aparato represivo franquista funcionará, hasta la muerte del dictador, no solo con tácticas cosméticas, sino mediante castigos explícitos que alejaban a España de cualquier democracia moderna, con métodos como redadas, censura, detenciones políticas y muertes, como la de Juan Grimau, dirigente comunista torturado y ejecutado en noviembre de 1962.

Tal era la importancia que se concedió a la imagen de España durante el franquismo que el propio gobierno hizo la vista gorda sobre algunos aspectos que no encajaban en su ideario político con el fin de ajustarse a la representación del país que deseaban ofrecer al exterior. Nuevamente, el fenómeno turístico se convierte en un inmejorable ejemplo, ya que, pese a no contar con el visto bueno del mismo Francisco Franco, se promovió con ahínco desde el ministerio de Manuel Fraga. Con esta estrategia, se consiguió incluso que el propio ministro adquiriera entre

los españoles una imagen popular y positiva acorde con el «gran invento», que se celebraba en simpáticas películas de la época protagonizadas por Alfredo Landa o Paco Martínez Soria (Moreno Garrido, 2007: 291). La popularidad pop de la imagen del ministro ha llegado al punto de atribuirle la famosa campaña *Spain is Different* cuando en realidad esta ya se había puesto en marcha de manera puntual durante los años cincuenta, y su origen puede rastrearse en el publicista Rafael Calleja durante la década anterior (Pack, 2009: 114-120). Este ejemplo, casi anecdótico, sirve para comprobar cómo todo este aparato volcado sobre el turismo por parte del franquismo ha creado sus propias mitologías en el traslado en el tiempo a través de la pervivencia en la cultura popular.

El repertorio iconográfico del turismo en la España de los sesenta, y los múltiples medios a través de los que se transmitió (libros de viaje, guías, postales e incluso películas), no solo explotaban los estereotipos supuestamente modernizadores de España, sino también, y muy especialmente, aquellos que habían sido, ya desde el siglo XIX, parte de su imagen exótica de cara a los extranjeros (González Alcantud, 2006). Zonas rurales y campesinos, parajes recónditos de montaña y mar, platos regionales, carreteras secundarias y modernas autopistas, pueblos costeros y grandes ciudades...: la colección de representaciones para mostrar tanto la eterna diferencia como la buscada igualdad internacional de España no dejaba apenas localización sin repasar. Todas estas imágenes incidían, además, en un fortísimo carácter regionalista, fruto de la reducción al estereotipo en el proceso de folklorización de las imágenes, evidentemente falsas en su pretendida naturalidad [**14**]. La construcción de este imaginario, sobre todo, apuntaba a un particular sentido de lo popular, según lo entendía el franquismo.

La lucha por la imagen de España formaba también parte esencial del programa de los grupos artísticos antifranquistas, como es el caso paradigmático de Estampa Popular, algunos de cuyos miembros militaban en el Partido Comunista y llegaron a pasar varios años en prisión, por ejemplo María Dapena, Giménez Pericás o Vidal de Nicolás, del grupo de Vizcaya, o el propio Tomás Llorens, líder intelectual del grupo valenciano, que estará dos años encarcelado por constituir la Agrupación Socialista Universitaria (ASU) en la Universidad de Valencia.

Tal y como Noemí de Haro ha analizado magníficamente en su tesis doctoral, a la que seguimos fielmente, el concepto de lo popular fue algo manejado de manera consciente e ideológica por el franquismo, como había ocurrido con el resto de fascismos europeos. Las imágenes de la vida rural, promovidas en libros y guías de viaje como parte de la supuesta diferencia española, acercaban las figuras de campesinos y agricultores a la idea rousseauniana del «buen salvaje», borrando, una vez más, la conflictividad social que los Planes de Desarrollo habían generado en estas poblaciones empobrecidas, y los convertía en el ejemplo de aquellos ciudadanos no polucionados por la idea de progreso exterior, vinculada con el liberalismo y las ideas políticas marxistas.

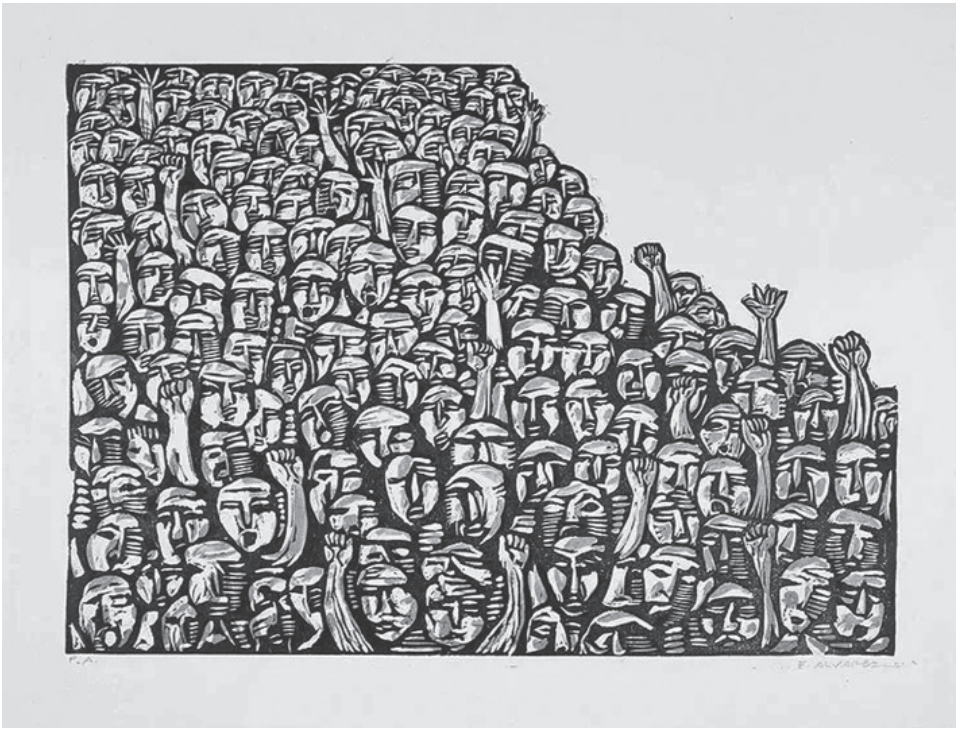
[14] Dos ejemplos de publicidad turística de España bajo el eslogan «Spain is Different» de 1950 y 1961.

El recurso a estas imágenes de España, manufacturadas y romas, supuso una tarea de apropiación crítica por parte del grupo de estampadores antifranquistas. Una estrategia que caracterizó algunas de las contradicciones y críticas (incluso internas) tanto a la iconografía como a los medios por la que esta se distribuía y que acabó formando parte de los motivos de su disolución. Formado en Madrid en 1959 alrededor de la figura de José García Ortega, responsable de organización del Partido Comunista Español (PCE), Estampa Popular no puede definirse como un movimiento cohesionado por miembros fijos, militancia de partido (no todos ellos estaban afiliados al Partido Comunista, aunque sí eran todos contrarios al régimen de Franco) o un estilo concreto. Ni siquiera los distintos grupos estaban conectados entre sí, sino que cada uno actuaba con un programa propio que se iba modificando con el tiempo, reproduciendo el espíritu tanto del Frente Popular de intelectuales antifascistas desarrollado en el séptimo congreso del Komitern, celebrado en Moscú en 1935, como de la reconciliación nacional establecida en 1956 por el Partido Comunista y que promovía la ausencia de reglas artísticas o políticas. Para poder formar parte del proyecto de Estampa Popular solo era necesario tener como fin despertar la conciencia y contribuir a la transformación social y política de España (Haro, 2009: 50).

Los vínculos que unen a las diferentes agrupaciones, que se fueron sucediendo, coincidiendo y desapareciendo entre 1959 (con la creación del colectivo madrileño) y 1968 (fecha en la que se incorpora el último colectivo gallego a los de Madrid, Sevilla, Córdoba, Vizcaya, Valencia y Cataluña), son, sobre todo, de carácter técnico, mediante el uso del grabado calcográfico y la estampación. También comparten ánimo conceptual, con la elaboración de un arte fácilmente distribuible y cuyo contenido realista fuese comprensible por todo el mundo, independientemente de su formación y estatus social. Y, desde luego, y sobre todo, un carácter abiertamente político con la transmisión mediante imágenes de una realidad social oculta por el franquismo y en la que la función del arte fuese la de despertar el juicio crítico y contribuir a la transformación de la sociedad. De hecho, el propio nombre de Estampa Popular parece apuntar a la inspiración directa, por su vinculación política, en el Taller de Gráfica Popular de México, fundado en 1937 por Leopoldo Méndez, Pablo O'Higgins y Luis Arenal Bastar, cuyo propósito era crear un arte al servicio de las causas sociales revolucionarias.

No vamos a detenernos excesivamente en la experiencia general de Estampa Popular, ya que la formación que más se acercará a nuestros propósitos en la búsqueda de estrategias pop en el arte español será la valenciana, creada en 1964 y auspiciada teóricamente por Tomás Llorens y por Vicente Aguilera y Valeriano Bozal una vez surjan, a partir de ella, los diferentes grupos vinculados con la «Crónica de la Realidad». Sobre todo, lo que nos interesa del colectivo de grabadores es la tarea de «contrarrestar la imagen que el régimen procuraba difundir en el exterior» (Haro, 2009: 52). Para realizar esta labor, Estampa Popular no solo realizó exposiciones de sus grabados dentro de España (algunas de ellas clausuradas, como la que reunirá en 1963 a varios colectivos en la Galería Quixote), sino que, apoyados en los lazos con la disidencia antifranquista exterior, y muy especialmente con la estructura del Partido Comunista, participaban en muestras como *36 Peintres Contemporains d'Espagne,* celebrada en París en 1961 y en la que se exhibía una cara muy distinta de la que ofrecía la dictadura a través de los medios y el turismo. La difusión de las obras de Estampa Popular y de su mensaje político se realizaba, a su vez, a través de medios «no artísticos» en el extranjero, en revistas, postales, libros y publicaciones clandestinas que al final, y a pesar de la censura y la prohibición, acababan entrando en España.

Los grabados de Estampa Popular reproducían, en líneas muy generales, imágenes sobre el campesinado y la clase obrera española, y frecuentemente se aliaban con los movimientos sociales reivindicativos, como las huelgas o manifestaciones de mineros asturianos, en las que se inspiran trabajos como el de Francisco Álvarez [**15**] e incluso reflexiones ocasionales sobre la situación específica de la mujer en estos contextos (Haro, 2013: 151-169). Se situaban, así, entre los elementos que formaron parte de la disidencia antifranquista a partir de 1962, momento en que se abrieron numerosos e imprevistos frentes de recha-



[15] Francisco Álvarez (Estampa Popular de Madrid), *Manifestación, ca.* 1962, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid.

zo al régimen, que incluían a conservadores liberales o la propia Iglesia, que había sido uno de los apoyos fundamentales al golpe de Estado del 36 y el primer franquismo. También ese año se celebró el denominado «Contubernio de Múnich» en el que, aprovechando el fracaso del ingreso de España en el Mercado Común, la resistencia antifranquista nacional e internacional se reunió para dar forma a los requisitos necesarios que debía cumplir España para poder integrarse en las instituciones y organismos democráticos europeos. Estos actos coincidían con las luchas obreras y las reivindicaciones estudiantiles, a las que se sumaban los grupos nacionalistas, algunos de los cuales acabaron pasando a la acción directa y violenta, como fue el caso de ETA. La cultura no sería ajena a esta situación, atendiendo a la resistencia a través de la literatura, la música y las artes plásticas y el diseño.

Será la importancia de esta nueva cultura de masas la que cambiará radicalmente la estrategia de Estampa Popular en su versión valenciana, surgida durante las reuniones preparatorias de la exposición *España Libre: Esposizione d'arte spagnola contemporanea. Celebrazioni del ventennale della resistenza,* organizada por Giulio Carlo Argán en Rímini, en 1964, bajo los auspicios del Partido Comunista

[16] Estampa Popular de Valencia, portada de la revista *Cartelera Turia,* núm. 145, 1966.

(Llorens, 2015: 5). Frente a la estética expresionista utilizada por el resto de agrupaciones, Estampa Popular de Valencia, a la que nos aproximaremos con mayor detenimiento, recurrió a fórmulas plásticas y métodos de distribución basados en la cultura de masas (desde revistas de cultura y cine como *Turia* [**16**] hasta calendarios y estampas que remedaban las tradicionales *aucas* o aleluyas en las que ilustración y verso creaban una narración serial). Era imprescindible tenerlos en cuenta, dado que:

> Las transformaciones económicas y sociales daban lugar a una incipiente burguesía que pronto se convertiría en una sociedad de consumo, en la que los medios de comunicación tendrían mayor desarrollo y extrema relevancia cultural, todo ello en el marco de una sociedad urbana en auge que se apoyaba sobre fenómenos muy concretos: la emigración exterior e interior, el aumento de la actividad industrial y de los servicios respecto del sector primario, la llegada del turismo, el aumento de la información y un cierto cosmopolitismo en el consumo (Bozal, 2020: 85-86).

Los medios de comunicación y las modas que estos traían del extranjero formaban parte, a principios de los sesenta, de una nueva imagen y cultura popular del país. Las nuevas subjetividades, representadas por la juventud disidente que comenzaba a integrarse en sindicatos estudiantiles ilegales y a militar clandestinamente en los partidos políticos, se mezclaban con todo otro grueso social de jóvenes, eminentemente «apolíticos» (según la idea de apoliticismo acrítico y amnésico que proponía el franquismo), que recibían, a través de los medios de masas, imágenes de un panorama internacional fuertemente contrastado con las circunstancias locales.

Las costumbres y estilos de vida que impregnaban las publicaciones, los discos y revistas, programas de televisión y películas traídos de Inglaterra o Francia suponían un desafío para la estrechez carpetovetónica franquista, incluso con su nueva pátina de modernidad económica, y no dejarán de convertirse, a su vez, en tema de inspiración para los nuevos artistas cercanos —a la vez que críticos— a la sensibilidad pop, como es el caso de Anzo [17]. La falta de libertades individuales y colectivas y el peso que mantenía la moral católica sobre las costumbres y la sexualidad (pensemos en la píldora anticonceptiva, saludada entonces como parte de la liberación internacional de la mujer y cuyo uso no se legalizaría en España hasta 1978) convertían a la juventud española en un *rara avis* en el marco de Occidente. La generación de sus padres, que todavía eran hijos de la guerra y de los años de autarquía y racionamientos, miraba con asombro el aparente «milagro» español que les prometía una cierta estabilidad soñada, mientras que los jóvenes solo podían comparar la acartonada modernidad del mundo franquista con las noticias que —aunque escasas y privilegiadas— llegaban del extranjero.

Será la cultura de estos jóvenes de los sesenta la que forme parte, realmente, de lo más parecido a una cultura pop en España. Imposible no contemplar los discos, los programas y revistas de música y cine en los que las nuevas estrellas asociadas con el estilo de vida —Los Sirex, Los Bravos, Los Brincos o Jeanette— permitían, pese a su endulzamiento y adecuación a las ideas del régimen, frente al *pop-rock* internacional, pensar en modelos culturales externos a la tierra del flamenco, la copla y las jotas, e incluso en chicas que «no fuesen esa que tú te imaginas», en palabras de Mari Trini. Si esta cultura de masas, con todos los elementos que la acompañan (el Seat 600, los estampados geométricos multicolores, los refrescos de Mirinda o el programa *Escala en Hi-Fi),* forma hoy parte ineludible del «baúl de los recuerdos» de varias generaciones de españoles es porque, como recuerda Pablo Fusi:

> El clima cultural del régimen de Franco quedó definido mucho más por la subcultura de consumo de masas que por la propia cultura oficial. Por una razón esencial: porque esa cultura de masas, una subcultura carente de preocupaciones políticas e intelectuales, pero de gran popularidad y difusión pública, favorecía,

[17] Anzo (José Iranzo Almonacid), *El Santo, en martes,* 1964,
cortesía de la Fundación Anzo.

> vía el entretenimiento y la evasión, la integración social y la desmovilización del país, objetivos políticos del nuevo régimen (Fusi, 1999: 109).

Nunca quedará del todo claro si esta nueva cultura popular consiguió cambiar o no la mentalidad de todos aquellos jóvenes que, en poco más de una década, iban a ser parte activa en los procesos de transición democrática del país. Indudablemente, como ocurría en otros muchos sectores de la cultura, la posibilidad de una doble lectura se ha prestado frecuentemente a la discusión, que tal vez no pueda resolverse decantándose solo por uno de los dos extremos. Por un lado, los sectores más ideologizados de la población —tanto los conservadores franquistas como aquellos grupos de izquierda que se apoyaban en las teorías más duras contra la industria cultural y el espíritu americanos— veían, por motivos bien distintos, el peligro que la cultura pop podía tener, con su impacto social e ideológico. Por otro, aquellos con planteamientos de carácter más abierto hacia la sociología contemplaban las posibilidades vehiculares del pop como estilo de vida, y como arte implicado en este, observando no solo su transformación industrial capitalista sino también la respuesta a ella procedente de la contracultura y el *underground* americanos (Fernández Serrato, 2023).

Es a estos extremos, precisamente, a los que se ha acercado el profesor Javier Panera para analizarlos en nuestro país, tomando como caso de estudio las famosas Matinales del Price, que desde 1962 y hasta su cierre, por orden gubernamental, en 1964, supusieron una experiencia de encuentro de la juventud española con los ritmos y ambiente propios del *twist* y el *rock & roll,* contrapuestos a los de la «yenka, la cumbia y el sar» que, según Pérez, hábil informador de *Los Tres Sudamericanos,* se bailaban en todos los guateques de Mallorca. Contrapone Panera la opinión de Vázquez Montalbán, que consideraba el impacto en la juventud de los nuevos ritmos extranjeros como una «dictadura de lo juvernícula», similar a la que criticaba Sáenz de Heredia en su película *Historias de la Televisión,* de 1965 (en la que, sin embargo, alcanzó enorme popularidad «La chica yeyé» de Conchita Velasco), para mostrar la cara más reacia a cualquier posibilidad emancipatoria de la cultura pop. Por el contrario, Rafael Rever sostiene que «el beat no nos adormecía, todo lo contrario [...] escuchar aquella música era una forma de protestar, de ir contra corriente, de manifestar la oposición al régimen» (Panera, 2016: 159-176).

La nueva cara de la cultura popular, ahora transformada en estilo pop en vías de desarrollo, situaba la discusión en un punto que ya nos ha acompañado y no nos abandonará: la posibilidad o capacidad del Pop, como arte o como modo de vida, de mostrar un sentimiento crítico y agencia política, o una laxa ironía sobre la cultura de masas que contribuya a sostener el *statu quo*. Una discusión clásica, base del trabajo de Umberto Eco sobre los *Apocalípticos e integrados,* que, sospechamos, será difícil de superar, pues mientras hay autores

[18] The Beatles a su llegada a Barcelona el 3 de julio de 1965.

como Diederichsen (2010) que sostienen, en la línea de Benjamin o Bloch, que la cultura pop no solo posee rasgos históricos de su tiempo, sino posibilidades de proyección crítica, la tradición adorniana de rechazo a la cultura de masas se mantiene firme en aquellas opiniones que no ven en la cultura pop otra cosa que el canto a la mercancía capitalista y liberal y el apartamiento radical de la realidad, entendida esta como la tensión generada por los vaivenes y conflictos políticos y sociales en los que se resuelve la vida cotidiana (Arrault y Troyas, 2019: 127-128).

Sirvan por el momento, y para cerrar este apartado sobre el imaginario español de los sesenta, dos reflexiones realizadas por Vicente Molina en el marco de unas jornadas de estudio sobre la *Fenomenología del Pop* en 2007, en las que manifestaba algunas de las contradicciones implícitas en la politización cultural de la época y la capacidad de despertar el pensamiento crítico a través de la cultura pop. La primera, a raíz de su encuentro en Venecia con Susan Sontag, que un año antes había publicado el influyente ensayo *Contra la interpretación* (traducido con enorme rapidez por Seix Barral en 1969), que marcaba un importante camino de análisis de la cultura pop contemporánea, en nada menor que los de Eco o Dorfles, incidiendo en su aceptación desde una perspectiva progresista. Para el autor, la sorpresa —no del todo «sorprendente», atendiendo a las frecuentes citas en los trabajos de la americana— vino dada por la declaración de Sontag de su admiración por la obra de Ortega y Gasset, entonces

considerado por los movimientos de izquierda españoles como parte de la *intelligentsia* cercana al franquismo por algunos de sus planteamientos, o al menos por su falta de rechazo explícito a la dictadura y su regreso del exilio en 1945 (algo que les ocurrió a las propias autoridades franquistas, que no sabían si debían rendir honores al filósofo a su muerte en Madrid en 1955). La segunda: la importancia que tuvo la visita de los Beatles a España en 1965 y los aires de modernidad que parecían traer y ofrecer [**18**]. El episodio, cuya trascendencia posterior parece haber sido mayor que el impacto que tuvo en el momento, contrastaba portentosamente dos imágenes: la juventud liberándose en las gradas de la plaza de toros al ritmo de las letras y estilo de los de Liverpool y recibida después con las cargas policiales que se sucedieron al final del concierto madrileño en Las Ventas por el simple hecho de no dispersarse a la salida en un momento en que no estaban permitidas las reuniones no autorizadas. La modernidad exterior frente a la imagen férrea e irracional de la represión franquista, mientras que al día siguiente los pop ingleses desembarcaban en Barcelona vestidos de toreros, como unos visitantes más de la Costa Brava.

La superación de la vanguardia informalista y el fin de la autarquía artística: del valor de cambio al valor de uso de la obra de arte española

«Tradición y presente amnésico; nacionalismo y globalización; artista y ciudadano; representatividad social y ensimismamiento personal; arte, libertad y compromiso; modernidad y dictadura. Estos binomios fueron sometidos a una presión sin precedentes en el arte español de postguerra» (Marzo, 2010a: 129). Las palabras de Jorge Luis Marzo no pueden ilustrar mejor la situación del arte español durante los años cincuenta y sesenta en la dialéctica dentro/fuera que, como con todo cuanto vemos que acontecía bajo la dictadura, marcará necesariamente la política artística institucional.

Para observar, siquiera someramente, el proceso de incorporación artística de la vanguardia española al contexto internacional, es imprescindible tener en cuenta algunas de las estrategias culturales que serán clave para la configuración de las posiciones prácticas y críticas de los sesenta vinculadas con las experiencias pop. Se trata, de nuevo, de un espacio de observación privilegiado por la suma de contradicciones y problemáticas que presentan el arte y la crítica españoles en la aceptación de los lenguajes internacionales, al tiempo que, bajo el modelo geopolítico nacionalista del formalismo tradicional, se vean obligados a explicarse por medio de diferencias que legitimen su espacio y especificidad en el mercado global, en lugar de atender a las verdaderas fuerzas sociales y políticas que los arraigaban y condicionaban en la España del momento. En este sentido, los tres aspectos

que venimos observando en relación con las estrategias pop: sus dimensiones estéticas, políticas e identitarias en la pugna con la idea e imagen de España, no pueden comprenderse en toda su amplitud sin atender a la situación de los años cincuenta.

Tradicionalmente, se ha tomado el caso de la I Bienal Hispanoamericana de Arte, celebrada en 1951, como el punto de partida de la intervención del franquismo en las instituciones artísticas con el fin de promover —en esto también— su imagen en el exterior. Sin embargo, la exposición organizada por el Instituto de Cultura Hispánica, y presentada por Joaquín Ruiz-Giménez, anterior director del instituto y ministro de Educación por las fechas, era un eslabón más en una cadena de estrategias publicitarias que se había iniciado durante los cuarenta (Fuentes Vega, 2008). Tal era el interés del franquismo por mostrar esa modernidad que las propias bases para participar en el evento destacaban que «en la selección de obras se dará preferencia a las expresiones artísticas que correspondan a unos conceptos estéticos actuales» (Cabañas Bravo, 1996: 389), como los que pudieron representar Tàpies, Oteiza, Millares e incluso Maruja Mallo y Benjamín Palencia, aunque pertenecieran a la generación anterior y para Álvarez de Sotomayor, director del Museo del Prado, supusieran peyorativamente un «surrealismo abstracto» muy peligroso para el arte español.

Resulta muy relevante esta apuesta por la actualidad estética, pese a la reticencia de importantes instituciones culturales del país, por cuanto señalan que el franquismo, como hacía con cualquier otra de las esferas de la vida española, no dejó de tejer sus redes de control sobre las artes plásticas y los organismos vinculados a ellas, manipulándolos a conciencia. Abogando de puertas adentro por una estética conservadora y academicista, y con un marcado carácter historicista, especialmente inclinado hacia el arte y la arquitectura del Siglo de Oro como símbolo de «lo español», ortodoxamente católico, el franquismo también convirtió la estética en parte de su lucha cultural e ideológica. Es en este contexto clasicista, similar al adoptado por los fascismos internacionales (salvo el caso del Futurismo, que encontró su modo de expresión en la vanguardia), como hay que entender, en un rapidísimo resumen, obras como las de José María Sert, José Aguiar o José Caballero, y hasta Ignacio Zuloaga, que se decantaron por el tópico de lo español que animaba muchas de las representaciones del régimen, con una mezcla de Romero de Torres y El Greco.

Buen ejemplo del lavado de cara que este cambio en la promoción del arte moderno conllevaba, como el turismo o la falsa apertura hacia mayores libertades de expresión, es la famosa anécdota contada por Tàpies y según la cual, durante la visita inaugural a la exposición de 1951, alguien le dijo a Franco al llegar a la sala de los informalistas: «Excelencia, esta es la sala de los revolucionarios», a lo que parece que el dictador contestó: «Mientras hagan las revoluciones así...». Una anécdota nada casual que, según indica Jorge Luis Marzo,

> refleja uno de los aspectos más importantes proyectados por la Bienal: el régimen reconocía la inocuidad de la práctica artística como forma de contestación política, y de ello, se iba a derivar la total falta de escrúpulos en el uso de obras de arte producidas por artistas (algunos) que, en privado, no manifestaban ningún apego por el franquismo (Marzo, 2010a: 53).

En esta nueva dicotomía entre modernidad y academicismo, internacionalismo y regionalismo se mueve la aceptación internacional del informalismo forjado a finales de los cincuenta, cuyo uso por parte del gobierno franquista para buscar la promoción exterior del arte, y el concurso en él de los propios artistas con este mismo propósito, indujeron a autores como Marzo a considerarla una vanguardia «colaboracionista» con el régimen. Ya en 1966 un crítico comprometido, como Aguilera Cerni, remarcaba la ambigüedad del arte informal, por su propia naturaleza estética, para permitir su uso y manejo por parte del régimen, frente a la necesidad de adoptar unas prácticas realistas que no dejaran lugar a dudas sobre sus contenidos y que marcarán gran parte de la estética antifranquista.

La imagen de España y la supuesta identidad española volvían a ponerse en juego, como en casi todo lo que sucedía en la época, tras la obra de los miembros de los grupos El Paso o Parpalló. Especialmente en el caso de los primeros, por ser los que mayor promoción obtuvieron a través de distintas exposiciones nacionales e internacionales (como *Arte Otro,* en 1957, las Bienales de São Paulo o Venecia de 1957 y 1958, donde llegó la consagración internacional con el premio a Chillida, y las sonadas muestras neoyorquinas de 1960: *Before Picasso, After Miró; New Spanish Painting and Sculpture,* y *Four Spanish Painters)* que situaban la obra de Millares, Tàpies, Feito, Oteiza o Muñoz, entre otros, al nivel de los grandes nombres del Expresionismo Abstracto internacional. Pese a codearse con Pollock, De Kooning o Burri en algunas de ellas, en ningún momento se alejará la crítica de mostrar sus obras como parte de «la tradición de la pintura española [marcada por] la austeridad, la espiritualidad, la luz, la materia, el color...» (Gaya Nuño, 1961: 38), adaptando la modernidad internacional a un supuesto «espíritu» español que se manifestaba estéticamente a través de estos tópicos.

El cambio en el panorama artístico, y su adecuación a la situación exterior, trajeron también nuevos foros de discusión interna a través de la prensa. En ellos, a pesar de las limitaciones de la expresión libre y no dirigida por el aparato gubernamental, podían encontrarse vías de contacto con algunas de las teorías que se manejaban internacionalmente en Italia o Francia. Los críticos más avispados supieron ver en ellas, pese a las limitaciones, una plataforma para hablar, a partir del arte, de otras muchas cuestiones políticas o sociales aprovechando que incluso la prensa generalista empezó entonces a dedicar suplementos y páginas a la crítica

artística. La participación en ellas de muchos críticos directamente implicados con algunos de los movimientos artísticos del momento (como es el caso de Aguilera Cerni con Parpalló) será decisiva para que las nuevas corrientes estéticas se diluciden entre las páginas de *Índice de Artes y Letras* (1952), *Correo de las Artes* (1957), *Cuadernos de Arte y Pensamiento* (1960), *Artes* (1961), *Aulas, Suma y Sigue del Arte Contemporáneo* o *Triunfo* (1962).

Así, y como preámbulo de la década siguiente, a finales de los años cincuenta se encontraban perfectamente delimitados «los posicionamientos estéticos fundamentales que abrieron los años sesenta en España» (Haro, 2009: 44): por un lado el informalismo abstracto de El Paso, el «Arte normativo» (término ideado por Aguilera Cerni) que reúne la abstracción geométrica de Equipo 57 y Grupo Parpalló y el arte figurativo de denuncia iniciado por Estampa Popular, formado en Madrid en 1959 siguiendo, en gran medida, los postulados estéticos del *Manifiesto del realismo* publicado en 1957 por el militante comunista José Ortega.

El grupo El Paso, sin embargo, no prolongaría su trayectoria más allá de 1960, cuando se disuelve, iniciando lo que comenzó a considerarse la fatiga o el agotamiento del informalismo. Pese a que algunos de sus críticos defensores, como Moreno Galván, quisieron ver en ello poco más que otro estadio de su desarrollo, lo evidente es que fueron la neofiguración y los realismos los que empezaron a emerger en el tiempo de su declive. Incluso algunos de los artistas vinculados originariamente con la abstracción formaron parte de los nuevos movimientos y se incorporaron a las exposiciones de Estampa Popular, caso de Antonio Saura, fiel a su actitud antifranquista, o Rafael Canogar, uno de los primeros en los que se acusa la presencia de estrategias pop en nuestro país.

La crisis del informalismo ahondará en algunos de los problemas de la cultura española propios del momento, y vigentes aún en la actualidad. Que se produjese al mismo tiempo en que el Expresionismo Abstracto se retiraba del panorama internacional en favor de las propuestas experimentales, neodadá y pop atestiguaba que la incorporación de España a los circuitos internacionales se había consumado y, en esta ocasión, no era necesario esperar retraso alguno para el «descalabro» (Marchán, 1986: 360). La dinámica que se abría ahora, y a la que el arte de los sesenta tendrá que hacer frente, era la de la internacionalización y el modo en que lo español iba a delimitarse en este entorno. Francisco Calvo Serraller será tajante en su diagnóstico de que:

> Si el progresivo cosmopolitismo de la vanguardia española permitió una sintonía con el mundo exterior como, tras la guerra civil, nunca antes se había dado, paradójicamente este nuevo toque internacionalista desdibujó su singular atractivo [...] el éxito internacional del informalismo español de los cincuenta se debió a la síntesis entre el uso de un lenguaje formal cosmopolita y los valores plásticos

[19] Equipo Crónica, *Conde Duque o Morrosko de Olivares,* 1970,
cortesía de la Galería Guillermo de Osma.

> de la Escuela Española. Por último, el «fracaso» internacional del arte español de los sesenta fue debido justo a la razón inversa del de los cuarenta, esto es: por ser «demasiado internacional» y «poco» español [...] el problema de fondo era siempre el mismo: que España era, en efecto, «un capítulo aparte» [...] tan diferente que, unas veces, lo era por exceso y, otras, por defecto (Calvo Serraller, 2004: 33-34).

La década siguiente, en la que veremos eclosionar las estrategias pop de nuestro país, se encontraba ya inmersa en un cambio de dinámicas artísticas que Núñez Laiseca ha resumido en tres puntos: el primero, la agrupación, pues si ya era frecuente en los cincuenta (El Paso, Equipo 57, Parpalló) como modo facilitador de acceder a las galerías del momento, ahora cobrará un nuevo significado opuesto al personalismo en que la crítica artística burguesa había sostenido sus modelos historiográficos y comerciales tradicionales. Segundo, la desmitificación de la imagen estereotipada y falsa sobre lo español, volviendo sobre la tradición heredada y cuestionando la credibilidad del «realismo español» como un verdadero criterio de distinción. Y tercero, el antielitismo de las prácticas artísticas, que apuestan por un arte —material y estéticamente— asequible a la comprensión de todo el mundo (Núñez Laiseca, 2006: 33-34); incluso si esa comprensión precisaba «aprovechar los mecanismos de comunicación social a niveles no artísticos», como apuntará Llorens haciendo referencia a las experiencias de Crónica de la Realidad y su manejo y mezcla de elementos massmediáticos con estereotipos críticos sobre la sociedad y la política españolas [**19**].

Frente a la tendencia internacionalista de la abstracción, manipulada por el poder, los artistas españoles se encontraban ahora, por primera vez, con una disyuntiva que marcará el desarrollo de la crítica y práctica del arte español desde el franquismo en adelante: la internacionalización y el modo de encajar las prácticas artísticas españolas con los paradigmas internacionales, o la supuesta utilidad del arte en su contexto, atendiendo a sus medios y relaciones de producción. Una puerta hacia la crítica militante que abrirá en 1964 el planteamiento sociológico de *Arte i societat* de Alexandre Cirici. A él sumarán Valeriano Bozal, Giménez Pericás o Tomás Llorens el marxismo dialéctico, la sociología, la semiótica y las experiencias sobre el realismo, que recurrirán en más de una ocasión a estrategias pop durante la década siguiente, en la que la lucha por la imagen de España, como siempre, volverá a ser fundamental.

Capítulo 3

Los nuevos medios y la «cultura pop» en España

El impacto de los *mass media* en la cultura visual de los sesenta

Recordando las palabras de Santiago Olmo al hablar, como lo hacemos aquí, de «estrategias pop» en lugar de utilizar la etiqueta estilística Arte Pop, lo que tratamos es de huir de la estrecha idea del «consenso» americano y apostar por el análisis de unas prácticas artísticas que incorporan conscientemente elementos de los *mass media,* dejando constancia de su tiempo y del anclaje social y económico del contexto en el que surgen. Como ya veíamos entonces, y como la revisión del Pop Global de los sesenta ha puesto en evidencia, son más escasas las muestras netamente acríticas y elogiosas de los *mass media* y la cultura de consumo que aquellas que esconden, o muestran claramente, una posición crítica respecto a estos y que incluso los aprovechan para exponer su postura histórica y social:

> El pop, más que un estilo o unos argumentos concretos, plantea una apertura visual hacia la cultura popular de masas y la iconografía de los medios de comunicación a través de estrategias de apropiación, descontextualización, análisis de sus significados y sus valores simbólicos y, sobre todo, una inmersión en la fractura entre el orden de los deseos y sus sentidos sociales e incluso políticos, que puede ser aplicado en cualquier contexto y con una gran variedad de objetivos (Olmo, 2007: 43).

Un arte que lo hace, además, calculadamente, consciente de que estos elementos, y su transición al terreno de la denominada «alta cultura», transmiten unos valores susceptibles de una lectura política y social (incluso en aquellos que parecen menos proclives, como es el caso de Ruscha, Lichtenstein o Wesselmann). El mero hecho de poner el foco de atención en los medios de masas, y en el papel

que habían adoptado en el imaginario de posguerra, hace imposible pensar que no estuviesen señalando, claramente, a su función de mediadores y filtros sobre la realidad, que podía interrumpirse estratégicamente con su traslado al territorio del arte, permitiendo la reflexión crítica ante ellos. Incluso Valeriano Bozal, a quien veremos defendiendo una adopción del lenguaje pop (entendido entonces como el despolitizado Pop americano) con fines claramente políticos, concedía esta posibilidad al estilo internacional, apuntando a la necesidad de que su función fuese más allá de la mera identificación del problema y su uso estratégico contribuyese a su solución:

> El artista pop emite un grito de aviso poniendo al descubierto la posibilidad y fecundidad del desorden y el enorme valor que cobran las imágenes humanas consideradas como tales [...]. Su arte es propio de un rebelde [...] consciente de sus propias limitaciones [...]. Siempre le falta el sentido constructivo del revolucionario [...]. Lo que este y otros artistas parecen no querer percibir es lo siguiente: si existe un orden en la sociedad, dependerá de los estamentos y clases dominantes. Mientras no se critique el fundamento del orden, este se desarrollará una vez y otra. Criticar las manifestaciones solo servirá para sustituirlas por otras modificadas (Bozal, 1965: 59).

La enorme importancia que las prácticas artísticas tendrán en el discurso político en nuestro país —y en el Pop Global, en general, como en prácticamente todas las manifestaciones de los sesenta— señala de manera oportuna a la recuperación del espíritu de la vanguardia en el contacto entre el arte y la sociedad de su tiempo. Mediante el uso y la incorporación de objetos cotidianos, permitían analizar sus efectos estéticos, sociológicos y críticos en las sociedades que los producían (Weiss, 1994).

Los usos artísticos del objeto cotidiano, sacado del entorno diario en la nueva sociedad de consumo, nos obligan, en el caso del Pop Global, a observarlo desde dos puntos de vista. Por un lado, debemos atender al desarrollo de los nuevos objetos de consumo, y su influencia en el arte en el terreno local, y por otro, a la introducción de las imágenes de la cultura popular como respuesta artística al fenómeno de la abstracción y el retorno a la realidad que se imponía tras la crisis del informalismo. Esto, lógicamente, sin olvidar nunca la importancia de la posición que el Pop americano, erigido como hegemónico en lo estético y lo político, tendrá en la adscripción o detracción de determinados recursos y lenguajes asociados a él, y traducidos o desechados localmente en cada una de sus distintas manifestaciones. Estas dos posiciones, aparentemente contrapuestas, reconcilian, sin embargo, las propuestas vinculadas al «Pop americano» (por su oposición a la hegemonía abstracta y todo lo que esta implicaba) y amplían la lectura política como parte de un proyecto de reflexión y crítica de la sociedad de consumo y sus objetos. Esta doble vía, combinada, permite sin problema comprender de manera

conjunta, con sus lógicos matices, tanto el Nuevo Realismo francés o latinoamericano como la Crónica de la Realidad española o el Realismo Capitalista alemán.

Empezaremos, por tanto, repasando el desarrollo y la amplitud que los nuevos medios de masas, y su adscripción a un determinado estilo de vida, tendrán en su aportación a la cultura pop del país. La preocupación por su papel simbólico, como determinantes del nivel de desarrollo de aquellos países en los que surgían las experiencias pop, ha sido una constante crítica e historiográfica, de la que nuevamente Simón Marchán se erige en ejemplo paradigmático en nuestro país al ser uno de los primeros críticos que se aproximó a la cuestión:

> La cultura y el arte de la imagen popular son con toda propiedad la superestructura de las sociedades más desarrolladas del capitalismo tardío. Esta es la causa del apogeo en el mundo anglosajón, en especial en los Estados Unidos. Y esto explica el hecho de su casi inexistencia en España y que hayan asomado algunos síntomas a medida que ciertas capas sociales traspasaban los umbrales del subdesarrollo (Marchán, 1986: 32).

Indudablemente, el desarrollo de una cultura material capitalista de objetos de consumo en masa es fundamental para que el Pop pueda desarrollarse. Sin embargo, precisamente por el escenario global en el que ocurre —y para el que el caso de nuestro país es ejemplar—, la cuestión es más compleja, pues no siempre se reflejará, a través del Arte Pop, la realidad del tiempo y el espacio en que se produce, de manera mimética, sino que a veces lo que muestra es un conocimiento externo, transmitido a través de esos medios (cine, televisión, cómic...).

En este sentido, solo es necesario pensar en los orígenes británicos de la introducción de elementos pop en el arte. Siendo avanzados, la cultura de masas y el desarrollo económico de las Islas Británicas distaban de equipararse a los norteamericanos de mediados de los años cincuenta (e incluso finales de los cuarenta si situamos en ese momento, como el propio Alloway, y en la obra de Paolozzi, el origen de la estética pop). Este diferente nivel de desarrollo económico y mediático no impidió, antes al contrario, que los miembros del Independent Group crearan un arte que hablaba de y a través de los *mass media* y la cultura de masas, aunque fuese soñando desde Inglaterra con la modernidad de los hogares estadounidenses. Marko Daniel ofrece un ajustado diagnóstico en este sentido:

> Una de las peculiaridades de la situación en España fue el hecho de que el conocimiento del discurso sobre el consumo estaba más desarrollado que la implantación de la sociedad de consumo en sí. Su vocabulario crítico —con sus alusiones fuertemente moralizantes— era más penetrante y agudo que el conocimiento técnico de los artistas, las facilidades con las que contaban o las obras que producían. Hasta cierto punto el debate sobre la cultura de masas y el consumismo no estaban en sintonía con las condiciones sociales del momento (Daniel, 1999: 36).

[20] Diseño de la bebida Mirinda, de inspiración psicodélica y pop, reproducido en EP's promocionales de la marca.

Siguiendo el paradigma propuesto en nuestro análisis, si bien será importante conocer la labor de mímesis o contacto que pudo haber entre diferentes estrategias pop —y que en nuestro país sitúan a franceses e ingleses como socios preferentes—, lo es aún más observar el uso y la creación de una cultura pop que indique la autoconciencia sobre el papel y la utilización de los medios (e incluso del arte que se hace eco de ellos), abriendo el camino a la crítica. Nos centramos, por tanto, en observar el doble camino de entrada que la cultura pop tendrá en nuestro país: por un lado, a través de cómics, películas y ensayos en los que se comentaba el fenómeno internacional, y cómo la circulación de sus reproducciones en revistas y otros medios gráficos ejerció, seguramente, mayor influencia que las propias obras de Arte Pop en que se inspiraban, ya que la presencia de estas en España era mucho más limitada. Lo que interesaba de ellas, en último extremo, era precisamente su *imagen* como nuevo lenguaje artístico en el panorama internacional. Por eso damos aquí una importancia especial al diseño gráfico, del que se alimentaba a la sazón la industria de la cultura y que refleja, y también genera, la influencia de estrategias tanto externas como vernáculas en la creación de estéticas pop [**20**].

Ocurre, además, en el caso español (y se diría que en todo lo relacionado con el Pop y la cultura de los sesenta, como imagen de un mundo en transformación), que estos propios objetos industriales, lejos de ser meras celebraciones del desarro-

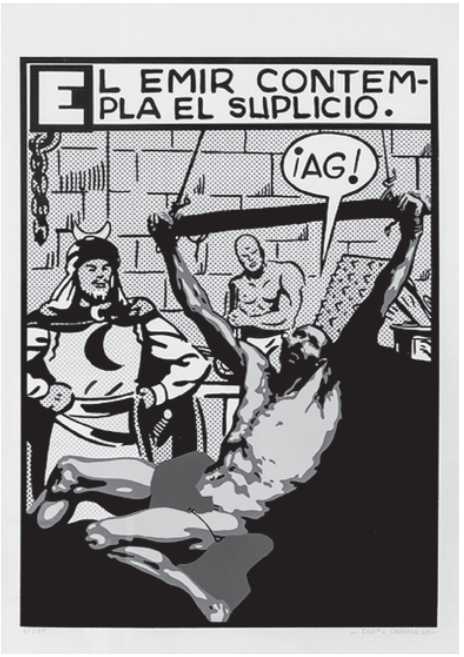
llo económico, también mostrarán un alto grado de lectura crítica. Esta se encontrará tanto en los grandes cuadros de galería de Arroyo o Genovés como en las ediciones de bolsillo de algunos clásicos a través de los cuales se propagaba una nueva estética cargada de potencial político. Fortea no dudaba en identificar con la estética pop la imagen que la contracultura catalana adquirió en los sesenta, y no menos claro vuelve a ser el imprescindible Simón Marchán al recordar que:

> En la vida cotidiana se propagaba una «industria de la cultura» que, a medida que agudizaba la percepción de la realidad, escoraba a una crítica de la conciencia social, si es que no política. Entre los géneros predilectos de la nueva cultura popular merecen atención especial el despegue de la industria editorial, los cómics o tebeos, la fotografía, el diseño gráfico en cualquiera de sus facetas, los carteles, el cine y la televisión, el diseño discográfico, etc. (Marchán, 2016: 43).

La industria de la cultura, su lectura crítica y su potencial político eran un tema de absoluta actualidad durante los años sesenta, y hoy no resultaría difícil ver la aparición del Pop Internacional como parte de este despertar crítico antes que como la celebración inconsciente de la colonización económica norteamericana. A la labor de desentrañar los mecanismos y funciones de estos nuevos medios se dedicaron entonces toda una serie de trabajos traducidos durante los sesenta en nuestro país y a los que no tardarán en sumárseles producciones propias. Fundamentales en este sentido, por la influencia que tendrán en el Arte Pop español, fueron las traducciones de *Apocalípticos e integrados* de Umberto Eco (que presentará en Barcelona en 1969, con una conferencia en el Colegio de Arquitectura [**21**]) o del libro de Gillo Dorfles *Nuevos mitos, nuevos ritos,* ambos de 1965. Ya comentábamos la importancia de la traducción en 1969 de los ensayos de Sontag sobre la cultura contemporánea, a los que se sumará en 1971 *Miseria de la comunicación visual. Elementos para una crítica de la industria de la conciencia.* Esta obra de M. K. Ehmer recopilaba ensayos de McDonald, Bell, Greenberg, Lowenthal o Merton en los que se analizaba, en la línea de Eco, la relación entre el arte, la sociedad de masas, sus medios visuales y los *mass media*. Ese mismo año, la editorial Anagrama publica *Off-Off,* de Alberto Arbasino, un recuento de los fenómenos culturales de la década de los sesenta en el que, con una particular y a veces polémica mirada, Arbasino analiza el teatro *underground,* los nuevos estilos musicales y artísticos y la aparición de nuevas estéticas que rompen completamente con los antiguos niveles culturales. La crítica ideológica desde una perspectiva que hoy podríamos denominar «poscolonial» la lanzan al año siguiente Ariel Dorfman y Armand Mattelart con *Para leer al Pato Donald,* en el que a partir del marxismo observan desde Chile cómo los mensajes de los cómics Disney poseen un innegable contenido ideológico destinado a preservar y promover los valores del capitalismo.

Casi al mismo tiempo que Eco analizaba las viñetas de Steve Canyon en su obra, en nuestro país Luis Gasca publicaba *Tebeo y cultura de masas,* atendiendo a

[21] Portada de la primera edición en castellano de *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas,* de Umberto Eco, publicada por Lumen en 1965.



[22] Equipo Crónica, *El suplicio,* 1969, IVAM (Institut Valencià d'Art Modern), Valencia.

[23] Viñeta de *El Guerrero del Antifaz,* reproducida en *El cómic,* de Terenci Moix, 1968.

la particular nomenclatura de los cómics en España por metonimia con la revista que los publicaba, TBO. Entre 1967 y 1968, Antonio Martín publica en la revista de educación del Ministerio de Educación *Apuntes para una historia de los tebeos*. Ese año, aparecen también los análisis de Antonio Lara, *El apasionante mundo del tebeo,* en Cuadernos para el Diálogo, y el citado trabajo de Moix: *Los cómics. Arte para el consumo y formas pop,* cuyas ilustraciones de *El Guerrero del Antifaz* parecieron inspirar alguno de los trabajos realizados en el momento por Equipo Crónica [**22 y 23**].

El lenguaje narrativo: cómic, cine y televisión

Precisamente era Moix quien daba cuenta en su ensayo tanto de la historia del cómic como de su adaptación actual en la Nueva Figuración Narrativa, en la que incluye a Lichtenstein, justificándola por su épica antiabstracta y, sobre todo, por su didactismo plástico. El «cine de los pobres», como lo denominaba Gubern, conectando ambos nuevos lenguajes de la imagen, poseía además una capacidad narrativa digna de tenerse en cuenta en un arte que quería comunicar y transmitir unos contenidos abstractos, a veces complejos, con la mayor claridad posible y con la intención de llegar al mayor número de espectadores. No olvidemos que la propia estructura del cómic moderno, usando al mismo tiempo códigos iconográficos y narrativos y unidades de montaje de distintos niveles de lectura, permitía la creación de secuencias y montajes sincrónicos y diacrónicos enormemente útiles para producir efectos brechtianos de recomposición narrativa y montaje. El manejo que hacen, además, de distintos códigos simbólicos, fácilmente identificables, como los psicopictogramas (los *dream-ballons* que acompañan a los pensamientos o los rayos que ilustran la ira en las tiras cómicas), los sensogramas (la bombilla que simboliza una idea o las líneas ondulantes del olor), y los frecuentes fonosimbólicos de las onomatopeyas, resultaba ser «frondosas convenciones semióticas» sobre las que investigar profundamente en la época, y aplicarlas a un arte que, por su similitud con este tipo de material gráfico, era a veces erróneamente percibido como simple (Gubern, 1997: 105-110).

La historieta y el cómic tuvieron durante los sesenta un enorme impulso con los trabajos de, entre otros, Enric Sió i Guardiola *(Lavinia 2016,* 1967), Josep Maria Beà *(Johnny Galaxia,* 1960), Carlos Giménez *(Dani Futuro,* 1969, aunque su monumental *Paracuellos* verá la luz en la siguiente década) o Adolfo Usero *(Aventuras en la Selva,* 1969). Será desde principios de los setenta, con el *boom* de la historieta erótica y negra y la aparición de nuevas revistas como *Drácula, El Viejo Topo* o *El Víbora,* cuando se incorporen nuevos y decisivos nombres para el desarrollo de la cultura «pop» en España, más *underground* y críticos con la situación política del país: El Cubri, Josep Maria Beà i Font, Luis García Mozos o

Nazario son algunos de quienes influirán en los neos (figurativos y pop) de los setenta y ochenta. Las ilustraciones de María Pascual para las historietas sentimentales publicadas por la editorial Toray no dejarán de inspirar a su vez trabajos pop como los de Ana Peters.

Para los artistas de los sesenta, sin embargo, y a pesar del desarrollo que la historieta tuvo en nuestro país por estas fechas, fue mucho más decisiva la inspiración en cómics importados de la editorial King Features Syndicate, como *Flash Gordon, The Phantom (El hombre enmascarado)* o *El Príncipe Valiente,* a los que se suman el españolísimo *Guerrero del Antifaz* o el imprescindible *Superman.* Esto es lo que ha llevado a afirmar que, en realidad, su influencia no vino mediada por el Arte Pop norteamericano, como podría defenderse a primera vista, sino que los artistas de ambos lados del océano bebieron de los mismos lenguajes narrativos y personajes del mundo del cómic (Marchán, 2016: 46). Se trata así de una extraña paradoja que habla del fenómeno de la «coca-colonización» del Arte Pop estadounidense y la creación de su mito: pues cuando vemos en Equipo Crónica, Realidad o Estampa Popular de Valencia las representaciones de los superhéroes Marvel, pensamos que han llegado allí a través de las obras de Warhol o Lichtenstein cuando en realidad han sido sacados de las mismas fuentes. Si en el caso norteamericano estos personajes tenían casi un aire retro, por su nacimiento y éxito durante los años treinta y cuarenta, la traducción al español implicaba, sin embargo, dotarlos de un aura de modernidad que no poseían *Doña Urraca, Cucufato Pi* o *La Familia Ulises,* sacados de Pulgarcito y TBO. En el caso español, con la influencia política que tendrá la narración figurativa del Pop, los personajes bélicos patrios, como el Guerrero del Antifaz (equivalente de Batman en nuestro país, incluso en la lectura homosexual de su relación con Fernando), que tanto habían marcado el imaginario de posguerra, serán objeto, sin embargo, de frecuentes y celebradas apariciones en el arte de los sesenta.

Los viajes de ida y vuelta que promueve la cultura pop entre el arte y los productos massmediáticos contribuirán a que no solo la historieta, el tebeo y el cómic influyan en la denominada «esfera altocultural», sino que esta también lo haga de regreso en la cultura popular, cumpliendo el sueño pop de la disolución de los niveles culturales. Así, se constatará que tanto Equipo Crónica como Equipo Realidad recibirán el encargo de Manuel Girona, propietario de la editorial valenciana Difusora de Cultura S.A., para realizar una serie de historietas de carácter histórico, como las que publicaba la editorial Toray, y de detectives. El equipo de Valdés y Solbes realizará entre 1966 y 1969 seis cómics (quedarán inéditos por el cierre de la editorial, y actualmente se conservan en el IVAM), detalladamente estudiados por Ruiz Bago (2020): *El Poema del Cid y Francisco de Goya, Tórpex a la busca del reportaje, Tórpex en la boda principesca, Tórpex y la Gran estrella* y *Soul Test* [**24**]. Se trata de historietas que no poseen un peso específico ni señalan la orientación de los autores hacia la dedicación profesional a este campo, pero que

[24] Equipo Crónica, *Soul Test,* IVAM (Institut Valencià d'Art Modern), Valencia.

parecen haberles sido enormemente útiles para asimilar el lenguaje del cómic en muchas de sus obras de esa época, a las que nos aproximaremos más adelante.

Por otro lado, la aproximación del mundo del cómic a las formas y métodos artísticos era más que relevante para las famosas portadas que Rafael López Espí realizó durante los sesenta y setenta para la editorial Vértice. Para entender su importancia hay que tener en cuenta el método de traducción e importación de estos productos, ya que solo se distribuían a los editores internacionales las histo-

rietas, impresas en blanco y negro y con los famosos «bocadillos» borrados en los que introducir la traducción, facilitada por los editores. Se mantenían intactos aquellos bocadillos que contenían onomatopeyas, cuyo carácter gráfico permitía suficientemente su interpretación, por lo que las expresiones «WOW!», «YEAH!», «KNOCK!», etc., se convirtieron en un idioma universal. Al no contar con las portadas originales, los ilustradores tenían cierta libertad incluso para imaginar los colores de la ropa de algunos de los personajes e idear fórmulas propias de composición para el diseño de portadas. En el caso de López Espí, llega a incorporar en *El Hombre de Hierro: el adaptoide ataca,* de 1971, una repetición seriada del personaje en cuatricromía, directamente importada de las obras de Warhol [**lám. 2**].

Aunque menos asequible que los cómics, la televisión se convirtió en el símbolo del desarrollo económico de la clase media española durante los sesenta. Tanto es así que también se vio afectada por los Planes de Desarrollo del gobierno, que en 1961 anuló el impuesto de lujo que gravaba su compra y en 1962 facilitaba su adquisición mediante el permiso de venta a plazos. Esto posibilitó que el aparato llegara a finales de los años sesenta a casi cuatro millones de personas. Todavía con una implantación menor que la radio, que proveía de noticias y de las últimas novedades musicales al 90 por 100 de los hogares españoles, la televisión marcará, inicialmente, una separación entre aquellos hogares cuya prosperidad económica les permitía adquirirla y aquellos que solo podían aspirar a ser invitados a ver los programas de éxito en bares o casas de vecinos. Esta diferencia se acentuaba aún más en las zonas rurales, en las que la implantación de la nueva tecnología fue mucho más tardía y acentuó una vez más las grandes diferencias sociales que marcó la liberalización de los Planes de Desarrollo en general.

La televisión acercó a los españoles un nuevo mundo visual, forjado en buena medida tanto en las subculturas espectaculares de los cincuenta y sesenta (los *beat,* los *hippies,* la estética psicodélica o mod) como en la traducción que habían tenido en el mundo del diseño y el arte de masas. Programas como *Galas del Sábado* traían con sus actuaciones musicales los nuevos ritmos y la estética yeyé de una modernidad que, aunque resultaba meramente cosmética y algo acartonada por el control gubernamental, facilitaba que a finales de la década los españoles pudiesen conocer gran parte de lo que sucedía en el mundo —más conciliador y representante del «consenso»— del pop nacional e internacional en su versión musical (Marc, 2013: 115-124). El lenguaje pop no solo penetró en los contenidos televisivos de finales de los sesenta, sino que la propia realización audiovisual de los programas asistió a un cambio de tempo y a la introducción de nuevas fórmulas (como barridos a gran velocidad, efectos visuales o exagerados *zooms)* que imprimían un ritmo propio y dinámico a las producciones, simulando los lisérgicos efectos y el colorido chillón (recordemos que el color llegará a la retransmisión general de TVE a mediados de los setenta) con que las estéticas psicodélicas, pop

[25] Portada del LP *Contrabando* de Los Brincos, 1968. Diseño de Iván Zulueta.

y *op* revestían los productos culturales de la década. El papel de Valerio Lazarov fue fundamental como realizador de gran parte de los programas musicales de éxito de finales de los sesenta y principios de los setenta y encargado de introducir este nuevo lenguaje visual en espacios rompedores como *El Irreal Madrid* (1969), *Especial Pop* (1969), *Pasaporte a Dublín* (1970) o *Señoras y Señores* (1973), que contribuían a la estrategia de la dictadura de ofrecer un cambio de imagen incluso a través de la televisión oficial (y única) del país.

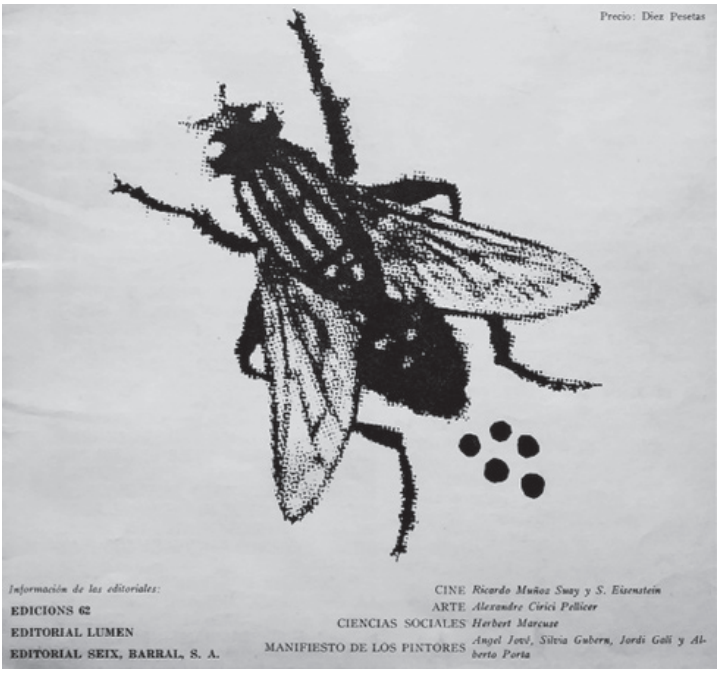
La introducción de este lenguaje visual colorido y dinámico, plagado de efectos y *zooms* y de números musicales, también se trasladó a las grandes pantallas de cine. Con ellas se amplió notablemente la cultura visual (y popular) de los españoles con obras pioneras como *Megatón ye-ye,* de Jesús Yagüe (1965). La aplicación generalizada de estos efectos alcanzó a producciones como *Historia de la Televisión* (1965), cuyo discurso era, precisamente, contrario a las nuevas modas. Convertido en estilo, su significado liberador se separó de los contenidos de gran parte de las producciones de los sesenta, y solo se recuperará en los casos cercanos a lo artístico de la fantástica *Un, dos, tres... al escondite inglés,* de Iván Zulueta (1969), cuyo cartel ya es una joya pop a contar entre la producción gráfica de su autor [**25 y lám. 3**], y *Topical Spanish,* de Ramón Masats (1979), en la que se reúne gran parte de la cultura pop catalana.

Diseño gráfico y publicidad

Tanta importancia tuvo la creación de carteles cinematográficos como punto de partida (y de llegada) de muchas de las estéticas pop de nuestro país como fundamental fue el diseño gráfico, que personalidades como Yves Zimmerman o el Grupo 13 impulsaron en España. Dentro de este marco, el diseño editorial desempeñó un papel esencial para la creación de una cultura visual pop en nuestro país. En este caso, además, con una clara vinculación y lectura políticas como seña de identidad de la resistencia cultural. Se trata de un espacio de conflicto particular dentro de la cultura franquista, ya que se encontraba sometido a la Ley de Prensa y sus embates ideológicos contra todo lo que al régimen le sonara a disidencia política. En este contexto es en el que surgieron editoriales de claro carácter político, como Ciencia Nueva o Comunicación, que trataron temas relacionados con las corrientes estéticas vinculadas con el antifranquismo. También editoriales hoy consolidadas como Seix Barral, Lumen, Tusquets o Anagrama, junto con Omnium Cultural, Edicions 62 o Edigsa, participarán de esta politización de la actividad editorial incorporando diseños que apuntaban a la nueva cultura pop y a su uso político a través de la difusión masiva que permitía la distribución de libros. Entre los nombres que destacaron en este ámbito de la creación visual, ampliado en diseños publicitarios y portadas de discos, se encuentran América Sánchez, Enric Satué, Jordi Fornas, Daniel Gil y, de manera muy destacada, Alberto Corazón.

De origen argentino, América Sánchez (Juan Carlos Pérez Sánchez, aunque adoptó el nombre de su madre en 1980) llegó a Barcelona a mediados de los años sesenta. Sus imágenes gráficas, influidas por la gráfica pop procedente de Inglaterra, se hicieron especialmente conocidas por el diseño editorial de la revista literaria *La Mosca.* Esta publicación era fruto del Seminario de Estética de la Escuela Eina de Diseño, creado en 1968 siguiendo el ejemplo de las jornadas de estética celebradas en febrero del año anterior (en las que participaron, entre otros, Umberto Eco, Gillo Dorfles, Alexandre Cirici o Manuel Sacristán). Aunque se trataba de una revista sin cabecera, la gráfica de Sánchez con el dibujo de una mosca (que fue adoptando distintas posiciones hasta su número final, en el que fue decapitada) es la que acabó por darle el nombre (Satué, 1997: 220) [**26**]. Dedicada a comentar las novedades de las editoriales Lumen, Edicions 62 y Seix Barral, la publicación contaba en su interior con historietas y una puesta al día de los contenidos culturales sobre cine, arte y estética que contribuyeron a que fuera considerada la primera publicación contracultural española.

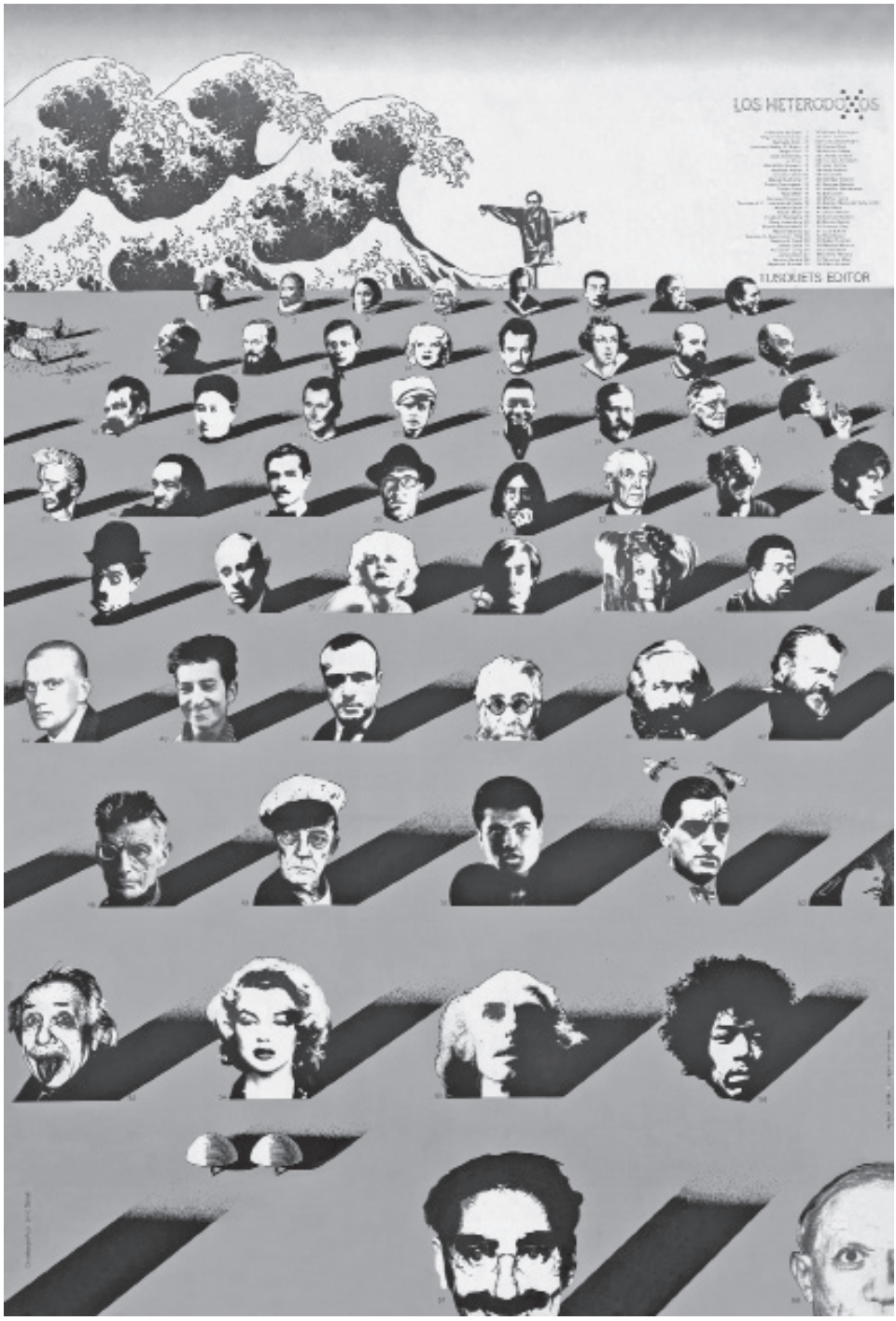
El caso de Enric Satué, teórico del diseño además de creador, es fundamental para poder evaluar el impacto de la gráfica pop en la cultura visual de nuestro país y su vinculación con la contracultura catalana de los años sesenta (Fortea, 2017: 1-15).



[26] América Sánchez, portada de la revista *La Mosca,* 1969.

El barcelonés realizó diseños históricos, como los de la revista *CAU (Construcción, Arquitectura y Urbanismo)* del Colegio de Arquitectos y Aparejadores de Cataluña y Baleares, entre los que destaca el número específicamente dedicado al diseño gráfico: una publicación pionera sobre el tema en nuestro país y cuyas discusiones internas siguen siendo una fuente imprescindible para valorar la posición que el nuevo lenguaje plástico ocupaba en la cultura del momento. Buena muestra de la creación pop en sus obras es el diseño publicitario realizado para la promoción de la colección «Heterodoxos» de la editorial Tusquets, de 1970: auténtico catálogo de iconografías sacadas del cine, la música, el arte o la política y claramente rescatadas del trabajo de Peter Blake para la portada del *Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band,* de 1967, mezcladas con la cita a Hokusai y la incorporación de Picasso [**27**].

El diseño editorial será también un ámbito de creación gráfica en el que los nuevos medios y el Pop tendrán un claro impacto en nuestro país. Si bien su influencia es compleja en el caso de Daniel Gil, creador durante los primeros sesenta de la imagen de Alianza Editorial, la ya tradicional disposición de sus portadas con un objeto central, en un espacio vacío, y casi publicitario, remite en algunos casos a la estética pop más conocida. La frecuencia con que utiliza el *collage* visual y el hecho de que estos objetos sirvan antes como metáfora (relacionada con la obra que ilustran) que como elementos auratizados sacados de la cultura de masas acercan más sus técnicas al fotomontaje vanguardista, e incluso a ciertas fórmulas de arte conceptual. Lo relevante en su caso es la libertad absoluta que le dio la editorial para realizar el diseño



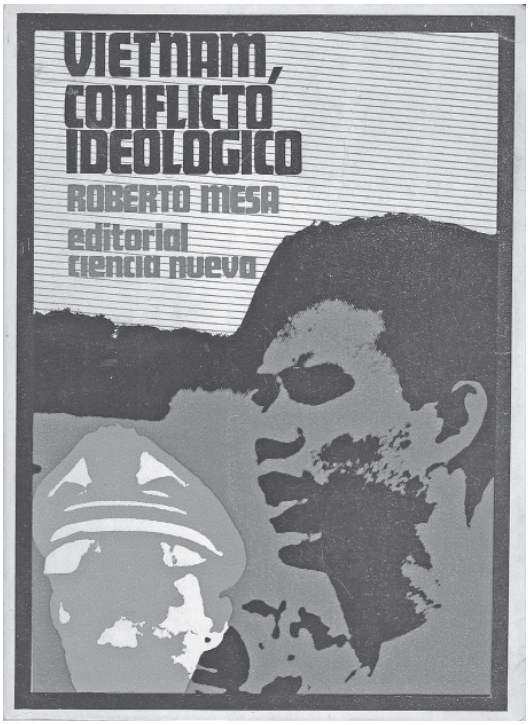
[27] Enric Satué, cartel promocional para la colección «Heterodoxos» de editorial Tusquets, *ca.* 1970.

[28] Jordi Fornas, portadas de la colección «La Cua de Palla» de Edicions 62, 1963-1969.

de sus portadas; acabó convirtiéndose en su director de Arte, elevando así a un concepto más amplio y elaborado el papel profesional del diseñador (Satué, 1997: 161). Este cambio de posición habla bastante bien de la importancia que el diseño, y su carácter eventualmente artístico, empezaba a cobrar en la cultura visual española.

Un caso paralelo es el de Jordi Fornas, «el diseñador que no quería ser diseñador» y cuya secreta pasión siempre fue la pintura, en relación con las portadas que realizó para Edicions 62 en Cataluña, en las que destaca especialmente su uso de la fotografía aplicada al diseño editorial. El medio fotográfico, que en la época todavía se movía entre el pictorialismo y el realismo documental, con figuras como Francesc Català-Roca, empezará a aplicarse también al diseño editorial con nombres de relevancia, como Oriol Maspons, Ramón Massat o Xavier Miserach, colaboradores de la editorial de Carlos Barral (Lázaro Sebastián, 2020). A pesar de que, como nuevamente indica Fortea, la aplicación de la fotografía que realizará Fornas en la colección de novela negra «La Cua de Palla» [**28**] no pueda ser calificada de pop, inclinándose la autora por considerarlo un precedente, estos trabajos poseen una marcada estética, con potente contraste entre blanco y negro, mediante el rescate de fotogramas de películas o fotografías publicitarias y de objetos que obliga a valorarlos indudablemente como transmisores de las nuevas relaciones narrativas entre imagen y texto y de las poluciones entre distintos ámbitos culturales propios de la cultura pop (Fortea, 2013: 20). Es más, este mismo tipo de diseño, con la característica doble tinta y los juegos tipográficos, no puede evitar la relación de sus trabajos editoriales o discográficos con los conocidos usos de la serigrafía que Warhol estaba realizando por las mismas fechas.

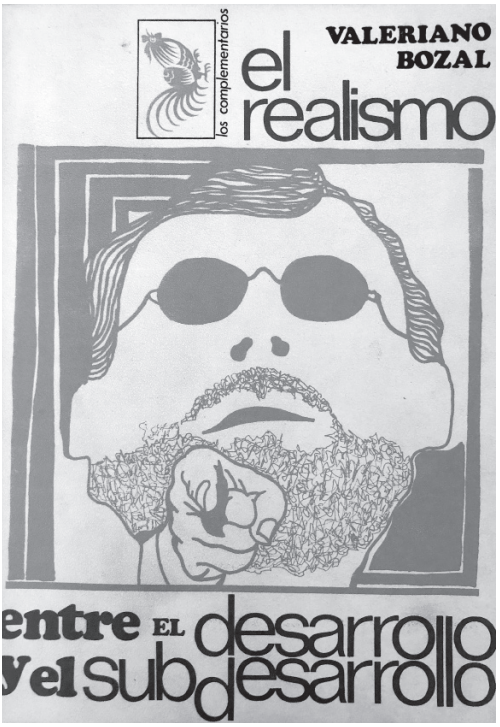
Aunque artísticamente vinculado con el conceptualismo, la diversidad de trabajos realizados por Alberto Corazón incluye muy especialmente su labor en



[29] Alberto Corazón, portada de *Vietnam, conflicto ideológico,* de Roberto Mesa, Ciencia Nueva, 1968.

[30] Alberto Corazón, portada de *Elementos de semiología,* de Roland Barthes, Editorial Alberto Corazón, 1970.

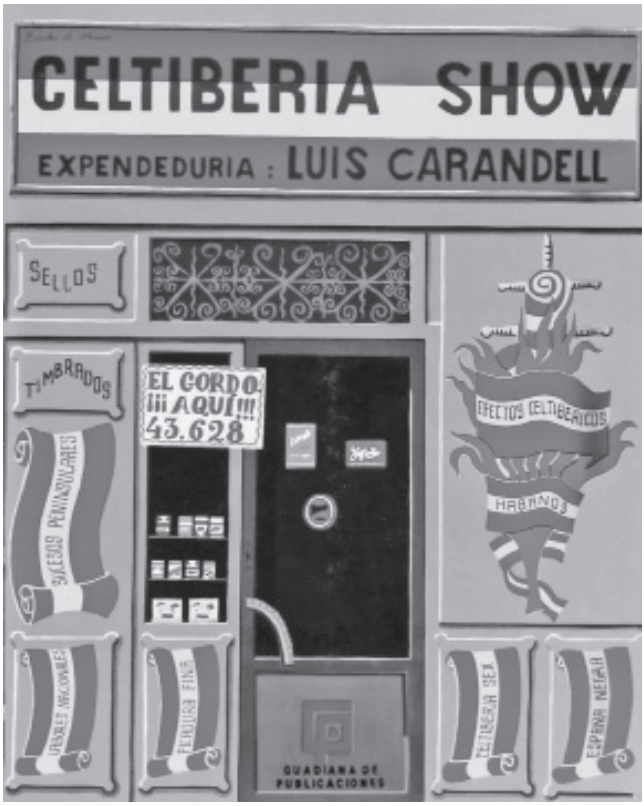
el diseño editorial [**29 y 30**]. Prácticamente autodidacta, el autor reconocía que su inmersión en la materia se debió, fundamentalmente, a sus inicios en la profesión de editor de la pequeña y comprometida editorial Ciencia Nueva. Fundada en 1965 por un grupo de estudiantes, la editorial estuvo dedicada a la elaboración de textos con clara orientación política y fue clausurada en 1969 por orden gubernamental por la proximidad de algunos de sus autores y fundadores al Partido Comunista (entre ellos se encontraban María Teresa Bort León, Valentina Fernández Vargas, Rosario de la Iglesia Ceballos, María Rosa de Madariaga Álvarez, Lourdes Ortiz, José Esteban Gonzalo, Javier Gallifa Olive, Alberto Méndez Borra, Luis Lorenzo Navarro, Jesús Munárriz, Carlos Piera y Rafael Sarró Iparraguirre, a los que más tarde se unirán nombres como Manuel Sacristán o Valeriano Bozal). Ciencia Nueva editará publicaciones fundamentales para contextualizar la transformación hacia la crónica social que sufrirá el Pop en España, como *El realismo: entre el desarrollo y el subdesarrollo* [**31**], de Valeriano Bozal, o los *Escritos sobre arte y literatura* de Marx y Engels, además de diversos títulos sobre filosofía, historia o arte relacionados con el pensamiento revolucionario.



[31] Alberto Corazón, portada para *El realismo: entre el desarrollo y el subdesarrollo,* de Valeriano Bozal, Ciencia Nueva, 1966.

Resulta enormemente interesante, por la lectura precisa que marca de la situación y discusión en nuestro país, la combinación de lenguajes que Corazón utiliza en la portada de *El realismo:* vinculando la estética de la gráfica revolucionaria (como la que podría representar en nuestro país Estampa Popular) con el índice «Pop» (a su vez rescatado del imaginario americano del popular cartel de Flagg sobre el Tío Sam) que Lichtenstein había popularizado a través de sus obras y las múltiples reproducciones (revistas, carteles, discos...) por medio de las cuales estas se diseminaron por la cultura visual de los sesenta. El planteamiento de muchas de las portadas realizadas por Corazón para la editorial seguirá algunas de las premisas de los temas tratados en los libros, con una tendencia a la expresión realista que era uno de los puntos fuertes de la teorización de los grupos valencianos capitaneados intelectualmente por Llorens y Bozal.

Con el cierre de Ciencia Nueva, Alberto Corazón pasó a encargarse de las portadas de su nuevo proyecto editorial, al que daba nombre, y en el que destaca la colección «Comunicación 2». Dedicada a las últimas tendencias teóricas en el ámbito de la comunicación visual y el análisis semiológico, sus contenidos se traducirán en los diseños de sus portadas, que sí tenían mayor vinculación con las corrientes artísticas del momento e incluso contenían citas a las estrategias del Pop. Estas serán más evidentes en los trabajos que realice para las editoriales Visor o Anaya, en los que «creaba imágenes poten-



[32] Alfredo Alcaín, portada de *Celtiberia Show,* 1970.

tes y agresivas cuya proyección contribuyó no poco a zarandear la inerte mirada de la "inmensa mayoría" [...] un grafismo directo, colorista y deslumbrante, formalizado deliberadamente con los signos de aquella entrañable urgencia subversiva de los años setenta, técnicamente más cercana a la multicopista que al ordenador» (Satué, 1997: 162).

La dirección política de la obra de Corazón no solo se encuentra en los trabajos editoriales. La obra del autor excede lo gráfico, y es un caso importantísimo en el arte español en cuanto a la capacidad de conjunción y trasvase técnico y conceptual entre distintas esferas creativas, sin atender a niveles culturales. Buena muestra de ello es la serigrafía que realiza en 1968 combinando un billete de metro con un retrato de Marx que, nuevamente, funciona casi como un retrato generacional del antifranquismo: «El grabado de tinte claramente pop, acopla visualmente la tensión dialéctica entre ideología y forma, entre alta y baja cultura, como metáfora de la marxización en la que estaban embarcados ciertos sectores de la sociedad española» (Barreiro, 2021: 236).

La presencia de diseños visuales en los productos, como no podía ser de otro modo, no fue territorio extraño para los artistas más destacados del momento, dando fe de las «interferencias mutuas que se producen, en estos años, entre el

diseño y las llamadas artes plásticas, interferencias que serán muy enriquecedoras, sin duda, para los nuevos diseñadores, pero también para los "artistas" que trabajaban fuera de la órbita comercial» (Marzo y Mayayo, 2015: 287). Estos se implicarán en distintas facetas del diseño gráfico, como la portada de *Celtiberia Show* de Luis Carandell [**32**], libro en el que reunió sus crónicas sobre la España cateta y reaccionaria publicadas en la revista *Triunfo* desde 1968, que fue realizada por el pintor Alfredo Alcaín, vinculado con el Arte Pop del momento.

Tal es la fusión entre las esferas hasta entonces distantes de arte y diseño que sus protagonistas transitan cómodamente entre unas y otras. Como indica Javier Panera en su excelente ensayo sobre las relaciones entre los artistas del Pop español y el diseño discográfico, tras el concierto de Raimon en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central de Valencia, en mayo de 1968, el cantante se reunió con Valeriano Bozal, crítico y teórico antifranquista, y el pintor Juan Genovés, encargado de hacer el cartel para el evento. A los pocos meses, el sello Discophone reeditó en *single* su emblemática canción «Ahir», conocida sobre todo por su estribillo, «Diguem no» [**33**], cuya lectura política, dada la proximidad del referéndum franquista sobre la Ley Orgánica, no dejaba lugar a dudas. La portada del *single* iniciará una serie de colaboraciones en la ilustración de sencillos del autor con Equipo Crónica, que estos ampliarán también al trabajo de Ovidi Montllor [**lám. 4**]. Estos trabajos, además de mostrar la coincidencia absoluta entre las obras seriales sobre lienzo de Solbes y Valdés que veremos más adelante, indican, sobre todo, el

[33] Equipo Crónica, portada para el *single* de Raimon «Cançó de la mare / Diguem No», 1968.

[34] Botía, portada del *single* «Satisfaction», 1965.

propósito de raíz política de llegar al mayor número posible de espectadores, independientemente del formato en que se transmitiera el mensaje.

Los discos fueron, sin lugar a dudas, uno de los grandes transmisores de la cultura pop en España. Como afirma con contundencia Javier Panera: «El pop art y otras propuestas paralelas a esta tendencia, como el *op art,* se conocieron —y asimilaron a nivel popular— en España más a través de las portadas de discos y el diseño gráfico de revistas y posters que por medio de las galerías de arte o las salas de exposiciones institucionales» (Panera, 2016: 169). Ciertamente, el contacto que el público general tendrá con diseños pop como estos de Equipo Crónica, Corazón o Zulueta, así como las aproximaciones que los diseños de estos productos harán a las obras internacionales, son mucho más notables en estos momentos que las exposiciones dedicadas a mostrar las obras pop —propias o ajenas, en directo o a través de los medios— en el ámbito español (Bernárdez, 2014). Si el restringido público interesado en el «mundo del arte» pudo acceder a las reproducciones de las obras de Arte Pop Internacional a través de las «Crónicas de Nueva York» de Barbara Rose, publicadas por la revista *Goya,* el gran público lo hizo a través de las adaptaciones que el diseñador Alberto Schommer realizó de Lichtenstein para el *single* «Viento de otoño» de Pop Tops [**lám. 5**] o las reinterpretaciones warholianas de Botía para los Rolling Stones [**34**], que devolvían a la supuesta baja cultura aquellos símbolos y procedimientos que habían nacido para romper con la separación entre arte y socie-

dad. Publicidad, música y diseño se aunaban definitivamente en clásicos de la *memorabilia* pop, como los carteles promocionales de las películas yeyé, por ejemplo *Los chicos con las chicas* (Javier Aguirre, 1967) [**35**], copia del experimento británico sobre los Beatles, con guiones de Joe Orton. Las películas servían como vehículo promocional de la música y la estética de los grupos de la denominada «primera invasión» británica del Pop, paralela a la realizada por la invasión estética de Hamilton y los miembros del Independent Group.

A estos diseños apropiacionistas de las obras pop internacionales habría que sumar la adaptación de sus lenguajes que se hará desde nuestro país. Nombres ya conocidos como el de Enric Satué o Enric Sió también fueron relevantes en este campo, relacionado con el foco de resistencia pop antifranquista de la Nova Cançó catalana, que apoyó gran parte de sus manifestaciones en la nueva estética, en trabajos en los que comprobamos esta consideración del Pop no solo en sus valores y expresiones pintorescas, como elemento de diseño

[35] Póster de la película *Los chicos con las chicas,* de Javier Aguirre, 1967.

[36] Francesc Guitart, *Trempera Matinera,* 1977.

[37 y 38] Anuncios publicitarios
de tocadiscos Kolster (1961) y Philips (1963).

aséptico y agradable de fácil difusión, sino también en sus aspectos contraculturales. De ahí que en ellas los diseñadores no solo rescaten estéticas propias del *Swinging London* en su vertiente más lúdica, caso del diseño que Enric Sió realizó para la revista juvenil *Oriflama* [**lám. 6**], sino que citen y reconstruyan (incluso con idéntico significado fálico, aunque ironizando sobre él) el icónico trabajo de Warhol para The Velvet Underground & Nico en las portadas para La Trinca de los álbumes *A collir pebrots* o *Trempera Matinera,* diseñada por Francesc Guitart en 1977 [**36**].

No menos publicitarios, aunque con diferente consideración que las artes gráficas de las discográficas, eran los trabajos estrictamente dedicados a la venta de productos de consumo general [**37 y 38**]. En el caso del diseño publicitario, también es preciso distinguir entre aquellos trabajos que formarán parte del lenguaje pop de los artistas, por su calado en la cultura y memoria visual de España, y aquellos otros que reflejen la cultura pop del momento, del mismo modo que lo hace el arte. Ejemplar, en este caso, el modo en que el lenguaje publicitario calará de manera directa en estilo, lenguaje y significado en obras como *La Anunciación* de Equipo Realidad.

La industria publicitaria creció exponencialmente durante el período desarrollista en respuesta a las nuevas necesidades que imponía la sociedad de consumo en marcha. Es en este momento cuando se crean y consolidan grandes empresas y grupos dedicados al sector, como la agencia Pentágono o Clarín y los grupos Meyba, Gispert o Gradulux, por los que pasarán conocidos nombres como Sandro, Salvador Borrás, José María Solanes, José María Cruz Novillo, Marçal Moliné o Leopoldo Pomés (Satué, 1997: 253-256). La publicidad del momento adoptará, dependiendo del producto, un tono distinto, más moderno cuando se trata de nuevos productos de consumo (televisores, tocadiscos, radios y motocicletas) especialmente dirigidos al público joven, mientras que los escenarios tradicionales y familiares se reservan la iconografía de productos del hogar (especialmente aquellos dedicados a las tareas consideradas por entonces femeninas, propias de las amas de casa: lavadoras, jabones y productos de limpieza en general). Será en esos artículos juveniles y modernos donde, con cierta timidez, aparezcan algunos elementos relacionados con las nuevas estéticas pop, como la serialización o el uso de contrastes cromáticos y de colores chillones. Lo hacen, sin embargo, con una timidez que no permite —salvo casos excepcionales, como las fotografías de Teresa Gimpera realizadas por Miserach para publicitar la sala Bocaccio— hablar de una verdadera cultura pop trasladada todavía a ese ámbito, al que los años setenta imprimirán una mayor modernidad estética.

Eso no impide, sin embargo, que la publicidad de aquella época, y sobre todo de la anterior, ya establecida en el imaginario, se haga notar en el Arte Pop del momento. No puede dejar de hablarse, en este sentido, de la pervivencia en el imaginario colectivo, y su recurrencia como símbolo metonímico de una España simplificada, que tendrá la famosa silueta del toro de las Bodegas Osborne creado en 1956 por Manolo Prieto. O de las creaciones de los años cuarenta y cincuenta

[39] Equipo Crónica, *El Coloso del Miedo,* 1977, patrimonio histórico-artístico del Senado de España. Fotografía Orozco.

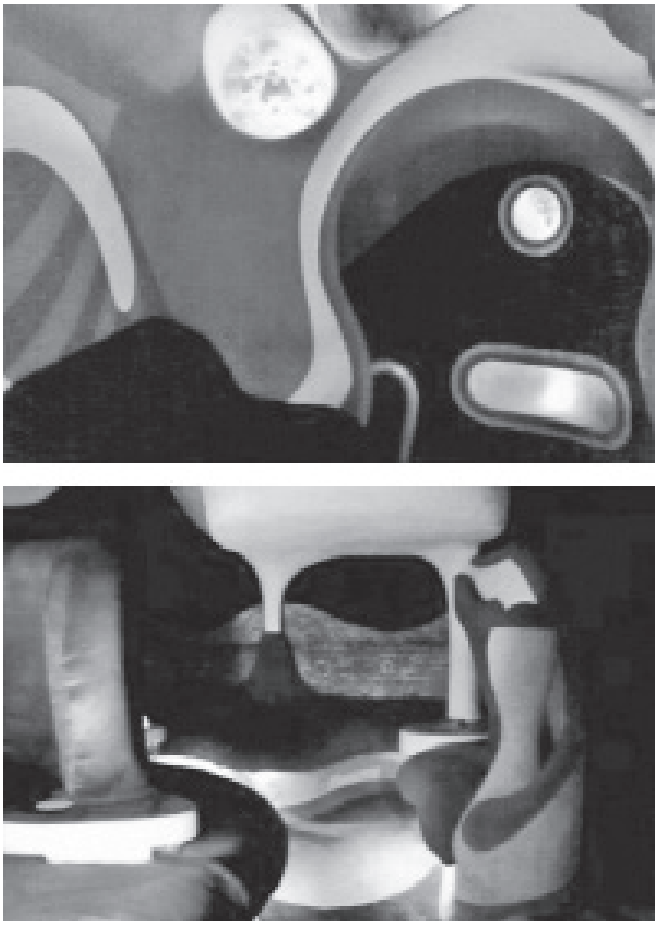
de Josep Artigas, como los logotipos e imágenes de marca de Cruz Verde, Polil o el famoso «corderito de Norit», algunos de los cuales no dejarán de aparecer en obras como las de Equipo Crónica [**39**], denunciando la represiva sociedad de posguerra a la que estos símbolos pertenecían, y seguirán siendo fuente de inspiración y crítica artística incluso en las artes visuales de nuestro tiempo.

El discurso publicitario como reflejo ideológico no escapa a buena parte de las representaciones de la época. Esto ocurre especialmente en aquellas en que a la mujer se la recluía en el espacio del hogar en el papel del «ángel del hogar». Al tiempo que se favorecía y facilitaba la realización de labores domésticas mediante los electrodomésticos, se le exigía un nuevo rol, casi como un «objeto» más del hogar; siempre servicial y dispuesta, asegurándose de que todo fuese tan impecable como los detergentes que competían en blanqueamiento, y «diseñada» estéticamente como estos, incluyendo entre sus labores encontrarse «siempre guapa» por

[40] Campaña publicitaria del perfume Lucky, 1968.

medio de los nuevos cosméticos y cremas disponibles (Lomba, 2006: 18). Se trata, por tanto, de una doble atadura al espacio doméstico que no escapará a las críticas de algunas de las artistas vinculadas a las estrategias pop de nuestro país, que desde sus obras lanzarán duras críticas a una imagen de la mujer que alcanza en estos años, incluso, la sumisión al maltrato en anuncios tan deplorables —fruto de una cultura patriarcal a la medida— como el que el perfume Lucky lanzó en 1968 [**40**].

Interesantes, y no menos relacionados con el diseño, serán los trabajos para la decoración de la Fábrica Tipel por parte de Arranz-Bravo y Bartolozzi, en 1968 [**lám. 7**], que muestran cómo la «cultura pop» se había apoderado hasta de parte de nuestras ciudades. Su reflejo en la decoración de bares y discotecas, como Skinsad, diseño de Lluís Güell [**41**], mostrará el punto de conexión que la estética pop acabará teniendo con todos los aspectos de la vida cotidiana en un viaje de ida y vuelta entre la cultura de masas, el diseño y el arte, forjando una cultura visual propia.



[41] Lluís Güell, diseño de la discoteca Skinsad, 1968.

Inicialmente, la presencia de estos elementos propios de los medios de masas, y de algunos más que se incorporarán en las obras de Ana Peters, Equipo Crónica, Mari Chordá, Anzo o Luis Gordillo, se debe, como indicaba Marchán, más a una adaptación mimética y al manejo de un lenguaje popular y reconocible que al éxito e impacto pop que tuviesen en su momento. Sucede así algo similar a lo que estaba ocurriendo también con los lenguajes pop internacionales: que se recurre a referencias del pasado para asegurarse su popularidad en el imaginario mientras que la tendencia realista que adoptará en los lenguajes más politizados le permite hacerse eco de la realidad más directa e inmediata. Serán las siguientes generaciones neopop de los setenta y ochenta las que adopten en su lenguaje muchos de estos elementos, ya plenamente integrados en la cultura visual y la memoria popular de España, simplificada y dulcificada por la nostalgia retro, y amnésicamente apolítica, marcando los usos e interpretaciones que el Pop tendrá en plena Transición.

Capítulo 4

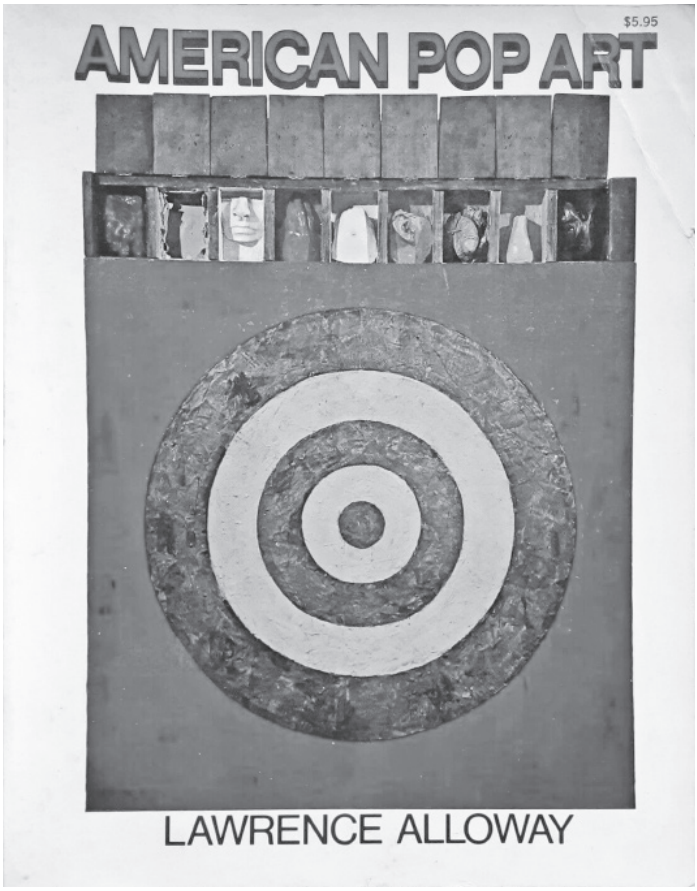
Estrategias pop: la integración de la cultura de masas en el arte español

El retorno del objeto cotidiano

Establecer de manera rígida una genealogía de la aparición y el desarrollo del Pop en el arte español de los sesenta resulta complicado. Lo es, fundamentalmente, por dos razones que intentaremos superar en estas páginas. La primera, que la preeminencia del Pop americano durante la época, como punto de referencia, limitó la identificación de muchos artistas implicados en el cambio de la abstracción a la figuración con el estilo internacional. Tal es el caso de autores como Canogar:

> Ahora no me considero un artista «pop», pero puedo entender que mis primeros trabajos tenían algunos puntos en común con esta tendencia. No obstante, esto es cierto solo si se entiende la etiqueta de una manera mucho más amplia y universal que la que fue promovida en los Estados Unidos [...]. El término con el que me sentía más cómodo era el «realismo» y la «crónica de la realidad». Quería mantener cierta distancia con el pop americano, sobre todo porque el contexto social y político español era muy diferente del americano (Morgan y Frigeri, 2015: 123-128).

La segunda, la limitación estilística que la idea de este «Pop del consenso» impuso en ejemplos como la exposición *American Pop Art,* comisariada por Lawrence Alloway [**42**]. Sintomáticamente, esta muestra, como el estilo mismo en su versión americana, dejó de incorporar, paradójicamente, algunos de los elementos que lo habían configurado en su nacimiento inglés con el Independent Group: el apropiacionismo, el uso técnico de los medios directamente rescatados de la realidad, la preeminencia de la imagen mediática sobre el «realismo» tradicional y la conciencia histórica, social y política del momento, que no excluye



[42] Imagen de Jasper Johns en la portada del catálogo de la exposición *American Pop Art,* comisariada por Lawrence Alloway en el Whitney Museum, Nueva York, 1974.

—pero tampoco se restringe a ella— la reproducción de los productos y símbolos, como las sopas Campbell o los logotipos de Indiana. Esta ampliación de los límites tradicionalmente asignados al «estilo pop» de base americana no solo incluye las distintas muestras internacionales, contemplando sus estrategias, sino que expande sus posibilidades, significados y su *engagement* con el contexto social y político en que se producía. La artista Ángela García es clara en esta concepción ampliada del Pop:

> En el momento yo abracé con fuerza este nuevo lenguaje explorando todas las posibilidades que ofrecía, el collage, el aerógrafo, el fotomontaje... en ese preciso momento, en Valencia, mi ciudad, buscábamos activamente representar la situación política del momento mediante la creación plástica. Esto hizo que surgieran muchos grupos con los que estuve conectada y que diseminamos este nuevo lenguaje en múltiples variantes. Más tarde descubrimos que lo mismo estaba pasando en toda Europa (Morgan y Frigeri, 2015: 123).

Que las mujeres artistas acogiesen mejor la etiqueta de estilo será tema de discusión futura. Por el momento, quedémonos en la importancia que la conciencia técnica y el objetivo de introducirse en los contextos históricos tendrán para entender las manifestaciones del Pop Global, y especialmente del Pop español. Llegado este momento, y como sospechaba Simón Marchán, al hablar de la influencia compartida de los medios de masas y el cómic en los artistas pop, «si los estilemas formales, las iconografías y los mitos de masas influían sobre el pop art norteamericano, también incidirán en los plausibles "reflejos pop" españoles. Solo que, al filtrarse en nuestro firmamento artístico, se transmutan en refracciones, desviando las direcciones de sus rayos en direcciones e intensidades varias» (Marchán, 2016: 46).

Las direcciones e intensidades incidían, en este momento, en tres posiciones específicas. La primera, de un carácter más experimental, en la búsqueda del retorno a la figuración, posee una inclinación política que la acerca a los orígenes y métodos del Pop inglés y a otras muestras internacionales como las del Nuevo Realismo o el *dé-collage*. En la segunda, el carácter sociológico en el uso de los medios de comunicación se hace más consciente y se percibe también un contacto mayor con las muestras pop internacionales, como la Figuración Narrativa, sin que se reproduzcan de manera mimética. La tercera, que será el origen de los grupos más conocidos como los principales representantes «pop» del arte español (Equipo Crónica o Equipo Realidad), tiene su punto de partida en las experiencias de Estampa Popular de Valencia y en su incorporación de elementos de la cultura de masas. El paradójico éxito histórico como imagen del Pop español de estas experiencias, que rehúyen conscientemente la etiqueta internacional, choca con el planteamiento crítico que adoptaron entonces, inclinado hacia un realismo estético alejado de cualquier contacto con el Pop americano.

El escenario artístico y cultural del momento será determinante, sumado a la situación política de la dictadura franquista. El retorno a la figuración tras la crisis del informalismo de 1960 y la incorporación internacional de los nuevos lenguajes narrativos, entre los que se incluía con fuerza el Pop, marcarán la experimentación en el uso de nuevos objetos y materiales sacados directamente de la realidad (o de la realidad creada a través de los medios, ampliando así su sentido crítico).

Estos experimentos complican los límites acotados por la consensuada versión americana del estilo, traducido a Europa en ese momento y apoyado en el triunfo de Rauschenberg en la Bienal de Venecia de 1964. Rauschenberg es uno de los pocos Pop estadounidenses cuyas obras pudieron verse en nuestro país, en las muestras *Arte de América y España,* de 1963 (donde también estaban presentes obras de su pareja, Jasper Johns, y de Larry Rivers [**43-46**]), y *Arte USA actual,* que exponía en 1964 la colección Johnson, escasa en Pop salvo por su obra *Reservoir*. La presencia de Rauschenberg fue importante no solo como embajador de un nuevo estilo, entonces únicamente accesible a aquellos que pudieran viajar a París, donde los Pop eran expuestos uno tras otro en la Galería Sonnabend, a In-

[43-46] Imágenes de la exposición *Arte de América y España,* celebrada en el parque del Retiro de Madrid en 1963. Detalle de las obras en exposición de Jasper Johns, Robert Rauschenberg, Modest Cuixart y David Lunn.

glaterra, Nueva York o puntos muy concretos de Europa. El valor que dio la crítica de nuestro país a la obra del estadounidense, al que convirtió en el más importante de los artistas pop, radicaba en que el lenguaje plástico de Rauschenberg se encontraba en el punto intermedio entre la abstracción y la liberación pictórica tradicional que supondrá el Pop «del consenso». Un territorio intermedio entre la tradición pictórica y la modernidad serializada que De Salvo y Schimmel denominarán «Pop pintado a mano» en su interesantísimo proyecto expositivo de 1993, en el que, a pesar de reconocer la coincidencia de planteamientos con el Nuevo Realismo francés, el Realismo Capitalista alemán o el Pop inglés, rehúsan incluir ninguno de ellos, se centran en el arte americano y apuntan en la transición de la abstracción al Pop hacia el equipo que dará forma a la llamada «selección del consenso», que incluye, recordemos, a Dine, Indiana, Johns, Lichtenstein, Oldenburg, Ramos, Rauschenberg, Rosenquist, Ruscha o Warhol, entre otros.

En España, la obra de Rauschenberg era percibida como ejemplar en el contexto de superación de la crisis del informalismo por partidarios tanto de la abstracción como del tránsito a la nueva figuración: «Si desde el primer frente

se prima el lado objetual de su obra sobre los aspectos propiamente pictóricos, y es interpretado como un estímulo para deshacerse cuanto antes de los lastres de un subjetivismo enardecido, la lectura que la neofiguración realiza del Pop resulta más enjundiosa y condicionante para la evolución posterior de nuestro arte durante la década» (Marchán, 1983: 365). En este terreno intermedio entre la abstracción y la figuración, con la introducción de elementos figurativos y objetos cotidianos, se encontrarán en nuestro país los ejemplos de Canogar y Cuixart.

Vinculado originalmente al grupo informalista El Paso, del que fue uno de los miembros fundadores, la obra de Canogar pasa de la absoluta abstracción, basada en la preeminencia de la materia pictórica y el monocromatismo, a un equilibrio formal-informal en el que desde principios de los años sesenta empieza a introducir la figuración. Según Tusell (2001: 36), es durante una estancia en Estados Unidos a mediados de los sesenta cuando entra, como alguna «intervención apresurada sugirió» ya en su momento, en contacto con el Arte Pop. Aunque su influencia pudiese ser limitada, sus obras de este momento, como la serie «Accidentes», de 1963 [**lám. 8**], no esconden cierta semblanza formal y temática con la de Warhol en el tono trágico y la introducción de una imagen dramática que acaba por volverse «informe», y casi abstracta, en su tratamiento. Formalmente, sin embargo, es también con Rauschenberg con quien mejor podría compararse su solución plástica para el abandono del informalismo.

Canogar dará el salto definitivo hacia la figuración a finales de los sesenta. Pese a inclinarse entonces por el contenido político y la crónica social, no abandona cierto carácter conceptualmente *abstracto* al situar las escenas de violencia explícita —volúmenes tridimensionales, casi escultóricos, y dramáticos blancos y negros— en espacios sin referencia o contexto que ayuden a individualizarlas. Opta así por una representación casi abstracta o genérica de la multitud oprimida, el individuo anónimo y el fragmento humano. Como indica Amparo Serrano del Haro, se trata, sin duda, de un arte comprometido y figurativo, pero que renuncia también a los colores identificados con el estilo pop, del que hereda la inspiración y apropiación del lenguaje de los medios de masas y los periódicos y la ferocidad, incluso política, de un arte claramente comprometido con su tiempo (Serrano del Haro, 2001: 32). Tras haber realizado exposiciones internacionales como parte de El Paso, desde finales de los años sesenta será identificado y reconocido como uno de los artistas dedicados a reflejar la realidad desde una perspectiva de fuerte carácter sociológico, y como tal fue incluido en muestras como *Menschenbilder,* organizada por el Kunsthalle Darmstadt en 1968, o *Kunst und politik,* organizada por el Badischer Kunstverein en Karlsruhe en 1970.

La obra de Modest Cuixart también pasa en este momento de la abstracción a la figuración por medio de la introducción y la presentación directa de objetos cotidianos [45]. En su caso, tras el paso por el grupo de vanguardia Dau al Set, en

el que había desarrollado una compleja y onírica simbología personal, se incorporó a mediados de los cincuenta a la corriente informalista. La presentación en la Galería René Metrás de su obra *Nens sens nom* de 1963 supone un retorno a la figuración, pero mediada por el Neodadaísmo y el *assemblage* propio de Rauschenberg, en el que se introducen distintos elementos —muñecos, cajetillas de cartón— que, sin apuntar claramente hacia una figuración pop, y manteniendo siempre cierto carácter lírico, aproximan su obra a ese momento internacional en el que el Pop todavía se encontraba pintado a mano, dejando las marcas expresivas del autor frente a la copia o el uso directo de los medios mecánicos y recurriendo al empleo experimental de los objetos cotidianos.

Las obras de Rauschenberg y Johns, además, presentaban una particular e interesante lectura en el contexto europeo, en el que las adscripciones estilísticas a las nuevas formas figurativas basaban sus discusiones estéticas en la diferenciación entre la representación y la presentación de los objetos, como podía ocurrir con la diferencia entre Nuevos Realistas y Figurativos Narrativos franceses. Como el Pop americano, todos ellos jugaban con un auténtico límite de la obra, similar al problema del *ready-made* duchampiano, y en el que se encontrará la base de las disquisiciones de Arthur Danto sobre las *Brillo Boxes* de Warhol: en lugar de la tradicional representación de objetos, el Pop retomaba la *presentación* de estos: las banderas o dianas de Jasper Johns dejaban de ser representaciones en el lienzo para convertirse en los objetos mismos que las habían inspirado (Sánchez Marín, 1965: 361-367).

Este carácter objetual y presentativo que adquirirá el Pop en algunas de sus estrategias le pondrá en contacto con otras fórmulas de creación de la época, cercanas a las prácticas conceptuales, realistas o situacionistas. También la situación de nuestro país es ejemplar en ello, mostrando que «fueron muchos los que transitaron por territorios de un pop difuso que, a medida que nos distanciamos de él, puede adquirir una gran laxitud en sus límites [...] entre la época del pop y el arte netamente pop (suponiendo que pueda afinarse hasta esos niveles)» (Díaz Sánchez, 2005: 496). Simón Marchán, en su recuento de 1983 sobre la introducción del Pop en España (uno de los escasos textos dedicados realmente a analizar en profundidad el tema, y al que seguimos fielmente), sostenía que:

> La subversión del pop es deudora de las dos grandes obsesiones de la década de los sesenta: la cuestión del realismo y el arte como comunicación [...]. En el fondo, estas permutas son resultas de un deseo de anteponer la ética del compromiso político, o por lo menos social, a la estética. Asimismo, la subversión de lo pop suscita y acrecienta la atención sobre los fenómenos de la cultura [...] como sobre las posibilidades de comunicación de las artes visivas en las sociedades actuales, sintonizan con los debates posteriores sobre los nuevos medios y la práctica artística entre los conceptuales, sobre todo en Cataluña (Marchán, 1983: 386).

Prueba de ello es la dificultad que plantea a veces poder distinguir entre estrategias pop en artistas vinculados con la etiqueta estilística o en aquellos que a partir de los años setenta serán identificados como parte de los Nuevos Comportamientos Artísticos, tal y como fueron descritos por Simón Marchán en *Del arte objetual al arte de concepto,* y que podrían aplicarse a todas aquellas manifestaciones de los años sesenta que suponían prácticas expandidas y recurrían a medios no tradicionales que en muchos aspectos (uso del cuerpo y el *happening,* introducción de objetos cotidianos o desmaterializaciones artísticas de carácter crítico, entre otras) se aproximan a manifestaciones relacionadas con el arte conceptual. Este sería el caso de Eugenia Ballcells o del inclasificable argentino Alberto Greco, que, tras sus experiencias tachistas y sus *happening* realizados bajo la etiqueta del «Vivo Dito» (por la que personas y objetos se convertían en obras de arte vivas solo con ser señalados como tales por el autor), no dejará de recurrir a la publicidad para (auto)promocionar irónicamente los productos «Greco». Las críticas a su exposición madrileña de 1964, en la Galería Juana Mordó, en rara ocasión pasaban por alto la comparación —positiva o negativa— de su obra con el Pop (Rivas, 1992: 236-237). El autor llegará incluso a hacerse eco artístico, mediáticamente tratado, del asesinato de Kennedy; de Marilyn [**lám. 9**], tema clásico del Pop Internacional, y de aquellos aspectos sociales más oscuros encarnados por los «hombres más buscados» de los que, en nuestro país, se encontraba plagado el semanario de sucesos *El Caso*.

Podría aventurarse, como ha explorado la exposición *Liberxina,* que el ambiente cultural de Barcelona, como el de casi todo Occidente durante los sesenta, se prestaba a la libertad creativa en el uso de los nuevos medios y su incorporación al arte era mucho más amplia y rica de lo que cualquier taxonomía tradicional pudiese abarcar. Más aún si, como en el caso español, el uso de los medios que presentaban estas muestras era planteado de manera crítica, vulnerando la imagen impuesta sobre lo que el *Pop Art* debía ser, según la versión laxa sobre el estilo. Hoy sabemos que ese apoliticismo decorativo y esa ausencia crítica tampoco se encontraban en las sillas eléctricas de Warhol, ni en las propuestas autobiográficas de Johns y Rauschenberg y ni siquiera en la transformación «abstracta» de los procedimientos gráficos del cómic llevada a cabo por Roy Lichtenstein.

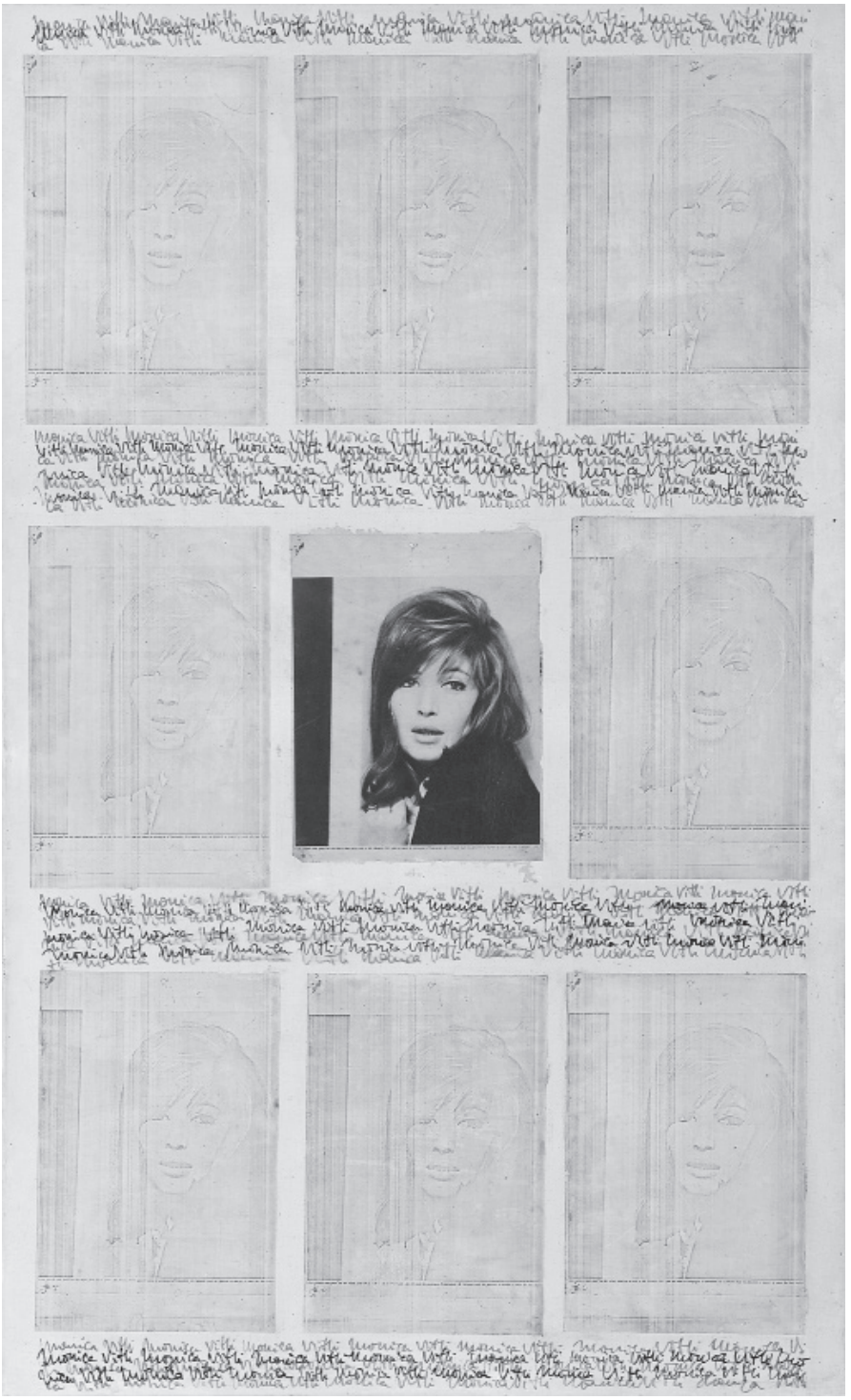
En nuestro país, además, parecía que la cuestión política y estilística del Pop se mezclaba también con algunas discusiones propias del momento sobre la geolocalización del arte de vanguardia. El peso del aparato político en Madrid propiciará que, a lo largo de la dictadura, los proyectos más avanzados y experimentales se desplacen a nuevos centros del país y solo regresen a la capital (de manera festiva y enormemente celebrada) tras la llegada de la democracia. Bien es cierto que en este momento en la capital también habrá experiencias pioneras, como las de los grupos Hondo, ZAJ o El Paso, entre otros. Más cercano a nuestro punto de partida, recordemos que también Madrid contó con la fundación de Estampa Popular. Sin embargo, en lo que al Arte Pop respecta, la presencia madrileña será

mínima, y serán Cataluña y Valencia las zonas en las que tenga un mayor impacto y desarrollo.

En Cataluña, el Salón de Mayo de 1964 ya ve la proliferación del *nou realisme* de mano de una serie de artistas jóvenes que huyen del informalismo e incorporan mediante distintas técnicas —que van del *collage* al *assemblage*— el objeto real y cotidiano en las obras. Se creaba entonces, fruto de discursos críticos como el de Alexandre Cirici, una cierta confusión terminológica (propia de una explosión artística en múltiples direcciones y difícil de clasificar) en la que el *nou realisme* se mezclaba con distintas referencias objetuales y pop, tanto catalanas como valencianas, reunidas en exposiciones como *Machines,* de 1964, o *Crónica de la Realidad,* de 1965. La primera, celebrada en la Galería Lleonart de Barcelona, contaba con las obras de Muntadas y Mercader, cercanos al Pop en ocasiones, como en el *Homenaje a Monica Vitti* que realiza el primero en 1964 [**47**]. Mediante la warholiana serigrafía en serie, con algo de altar e icono, Muntadas convierte a Vitti en una «Marilyn Monroe» a la europea, imagen del pop intelectual de las películas de Antonioni, pero también de las lecturas sobre cine de la época de Dorfles y Eco.

También se realiza por esas fechas la muestra *Banyoles 63,* organizada por el Group de Banyoles, formado por Gimferrer, Mercader y Güell. La obra de Lluís Güell y su trabajo como diseñador y escaparatista le sitúan entre aquellos que de un modo más creativo —y no menos crítico— aprovecharán los nuevos lenguajes populares para adaptarlos al discurso artístico de los sesenta. Abordando el *happening,* colaborando con la sección catalana de Estampa Popular o creando *collages* políticos a partir de la prensa del corazón, su obra se sumerge en el problema de la representatividad de la obra-objeto, en casos como *Caixa de lletra,* de 1967, en la que una estantería se convierte en un *collage* pop. Del mismo modo, su *Derrota de Samotracia o victoria pírrica de la Coca-Cola,* de 1966 [**11**], podría leerse como una contundente y clara crítica a la «coca-colonización» del mundo por parte de Estados Unidos. El *assemblage* de las distintas cajas de la popular bebida, quemadas, amontonadas y salpicadas por un *dripping* expresionista, las muestra como un deseo consumido, más que consumado. Pese al uso de recursos y estrategias pop, o precisamente por ello, la crítica al modelo económico y político americano no deja de encontrarse en obras contundentes como el *collage* escultórico *Negre ferit de bala,* de 1965, que se centra, al igual que las obras de Muntadas *(Martin Luther King,* 1966), Narotzky *(I am a man,* 1968-1969) o Rabascall *(Homenaje al Black* Power, 1969), en la problemática racial que pone en serias dudas el modelo democrático estadounidense.

La colectiva *Muestra de Arte Nuevo,* de 1964, y las sucesivas exposiciones realizadas hasta el final de la década en la Galería René Metrás de Barcelona irán perfilando este «nuevo realismo pop» en el que Cirici destacaba a Josep Guinovart. Este artista, a pesar de estar más vinculado con la vanguardia anterior, no dejó de incorporar elementos plásticos de las nuevas corrientes, e incluso una actitud pop



[47] Antoni Muntadas, *Homenaje a Monica Vitti,* 1964, cortesía del Arxiu / A.M.

[48] Amèlia Riera, *Eroticona n. 4 (Dolores) i n. 2 (Pura), ca.* 1968.
Fotografía: La Virreina Centre de la Imatge – Pep Herrero.

que lo llevó, junto con Joan Hernández Pijuán, Albert Ràfols Casamada, Josep Maria Subirachs, Juan José Tharrats y Francesc Todó, a realizar una serie de intervenciones artísticas en los escaparates de El Corte Inglés de Barcelona en 1965.

La relevancia de la impregnación pop en el arte catalán de los sesenta, destacada en proyectos como el de Antoni Álvarez de Arana, se revela hoy en día indiscutible. Aunque como apunta nuevamente el profesor Marchán, quizá una cronología específica sea excesiva, de lo que no cabe duda es de que la especificidad y lo avanzado de sus manifestaciones, con el uso crítico de los medios de masas, demostraban a ojos de críticos como Rodríguez Aguilera que «por lo que se refiere a Cataluña hay que reconocer que ha sido rápidamente acogido y muy personalmente interpretado [...] una vez más será Cataluña quien lleve el movimiento plástico de actualidad a sus últimas consecuencias» (citado en Aguilera Cerni, 1975, vol. 2: 15-16). Este énfasis en la proliferación de estrategias pop catalanas, seguido de cerca por Cirici, junto con la importancia que el foco valenciano tendrá, críticamente asistido por Vicente Aguilera Cerni y Tomás Llorens, contribuirá a que, a raíz de las exposiciones *Nou Realisme,* de Cirici, y *Crónica de la Realidad,* que Aguilera organizó en el Colegio de Arquitectos de Cataluña y Baleares en 1965, se perfilen —y a veces confundan— los dos núcleos en los que mayor desarrollo tendrán las prácticas relacionadas con el Pop durante los años sesenta, dando pie a la *boutade* artística de la época: «Cataluña, capital Valencia» (Marchán, 2016: 57).

El realismo crítico en el uso de los medios de comunicación adopta una visión claramente orientada a la cuestión de género y al modo en que esos «objetos cotidianos» condicionan la identidad femenina en la obra de Eulàlia Grau, a la que nos acercaremos con mayor atención. También la de Amèlia Riera, que, desde finales de los sesenta, y en una línea experimental de trabajo que la acerca a lo que estaban haciendo Güell y los *nou realistes,* empieza a crear sus *Eroticonas* [**48**]: maniquíes sexualizados que hacen referencia directa a la explotación del cuerpo femenino en la cultura de masas.

También recurre de manera crítica a los estereotipos extraídos de las revistas Silvia Gubern. Como será frecuente en las manifestaciones tempranamente feministas en España, relacionadas con el Arte Pop, la artista catalana crea *collages* a través de los cuales muestra su particular universo, no exento de relaciones con la numerología y el simbolismo [**49**]. La introducción de elementos encontrados de carácter extraartístico en sus obras las aproxima tanto a las estrategias pop como a los denominados Nuevos Comportamientos o al *Arte Povera.* Gubern formó parte de la primera promoción de artistas que se formaron en la vanguardista facultad de diseño ELISAVA, fundada en 1961 en pleno corazón de Barcelona, centro pionero en nuestro país por su dedicación al diseño industrial y la ingeniería y a través del cual se canalizaron y difundieron las nuevas tendencias en el mundo del diseño y la imagen.

[49] Silvia Gubern, *Collage,* núm. 21, 1965.

A pesar de que Cirici nunca los contempló entre los artistas que habían contribuido con sus prácticas a la renovación y la introducción del realismo cercano al Pop en Cataluña, Miralda y Rabascall son citados por Marchán como aquellos que posiblemente mejor representaron la corriente en ese ámbito artístico. Esa consideración, que Vázquez Montalbán concedió, sin embargo, a la obra *Grups de presió* de Carme Aguadé, no siempre es obvia en el caso de Miralda, pese a su consciente uso del *kitsch* y a la crítica implícita en acciones como «La Cumparsita», en la que paseó y erigió en monumento a un enorme soldadito de plástico como protesta por la militarización.

Mucho más claro, sin embargo, es en el caso de Joan Rabascall, quien podría sin problema ser considerado uno de los mejores representantes de la corriente, y no solo en Cataluña, por el uso que hace en su obra de los medios de comunicación. Es un artista que, además, y como será muy elogiado en casos como el de los grupos valencianos, mantendrá durante estos años contacto con los representantes de las corrientes neofigurativas europeas más importantes del momento: Lawrence Alloway, Richard Hamilton y los miembros del Independent Group de Londres y Pierre Restany y los Nuevos Realistas franceses. En París, donde se instala a principios de los sesenta, trabaja con Miralda y Xifra. Allí compar-

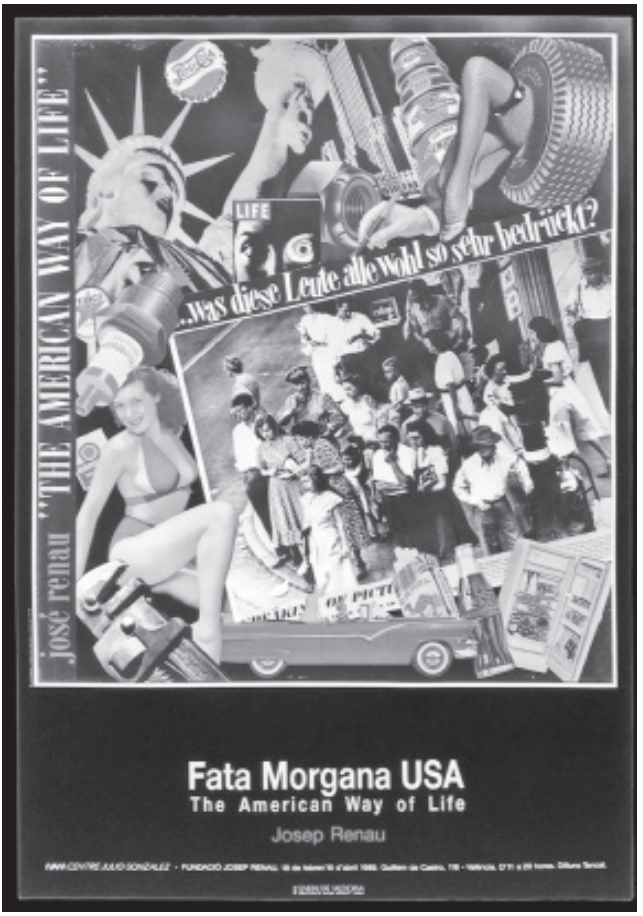
te el ambiente cultural vinculado con el movimiento situacionista, del que surgirá en 1967 *La sociedad el espectáculo* de Guy Debord, para el que las prácticas de *détournement* de la realidad y el paisaje mediático cobran especial preeminencia.

Todas estas influencias quedan patentes desde principios de los años sesenta en unas obras determinadas a «revelar el paisaje mediático» y promover una «higienización de la visión», desmontando la manipulación y fetichización que los medios ofrecen a la sociedad (Castro Flórez, 2020: 21). Como será frecuente en las discusiones de la época, las prácticas de Rabascall actúan como interruptor irónico de los medios de masas: sus apropiaciones, mediante la yuxtaposición, la acumulación o el aislamiento de sus informaciones, que ponen al descubierto los mecanismos ocultos de la imagen y permiten al espectador sustituir la contemplación pasiva y la inmersión anestésica en sus formas y contenidos por la reflexión crítica sobre lo que estos representan en su contexto social y político.

Sus *collages* de finales de los sesenta y principios de los setenta cuentan con tres líneas de investigación específicas: la primera, que venimos mencionando, sobre cómo el paisaje mediático en el que nos movemos está creado para anular nuestra capacidad crítica, que solo podrá reactivarse mediante su manipulación creativa. Acompañando la discusión, como no podía ser de otro modo en la época, se descubre, en segundo lugar, cómo, tras estos usos de la imagen y el efecto hipnotizante que intentan inducir en la sociedad, se esconden intereses claramente políticos. La crítica a la proliferación de los *mass media* americanos se hace aquí evidente, y, con ella, a la «cultura pop» transmitida por ellos y leída en su vertiente más idílica y edulcorada. No escapan los medios españoles y sus logotipos turísticos —*Spain is Different*, 1977— a la crítica a la situación real del país, incluso ya implantada la democracia, cuando realiza la serie. Por último, la ideología oculta tras los medios de comunicación en relación con las representaciones de género, que le lleva a denunciar con frecuencia la fetichización y transformación de las mujeres en objeto, como en el *collage Elle,* en el que, como en *L'Ultimo Orgasmo,* de 1971, recurre a fotografías claramente extraídas de productos pornográficos para no hacernos olvidar que su circulación mediática, a pesar de la liberación sexual que celebra en otras de sus composiciones, participa también del paisaje de los nuevos medios.

Más conciliador con los medios de comunicación y sus imágenes, aunque técnicamente cercano al trabajo de Rabascall o Grau, es Guillem Ramos Poquí [**50**]. Además de contar ya entonces con una trayectoria notable en el ámbito de las Bellas Artes, los *collages* que realizará durante una estancia en París en 1965 le ponen en contacto con las corrientes internacionales, a las que suma su experiencia catalana con los Nuevos Comportamientos y el arte conceptual de los primeros sesenta. El resultado es una obra que va creciendo técnica y conceptualmente al ritmo de los cambios de la década —Pop, conceptual, *povera*— y que alcanza en nuestros días el arte digital.

[50] Guillem Ramos Poquí, *Collage de la cuadrícula amb numers, coxes i Los Beatles,* 1965.



[51] Cartel de la exposición *Fata Morgana USA,* de Josep Renau, IVAM, Valencia, 1989.

El trabajo de estos autores, como el de sus precedentes y coetáneos en la técnica del montaje, y especialmente el de Rabascall, será fundamental a la hora de observar cómo algunas estrategias pop vinculadas con las posiciones críticas respecto a la imagen —como ya podían serlo las de los ingleses en los cincuenta— tendrán una trayectoria similar, y a veces compleja, a la que siguen algunos de los conocidos «grupos» valencianos relacionados con la Figuración Narrativa y el Pop. Es necesario, en este sentido (aunque, como veremos, su influencia más directa se producirá en los valencianos de Equipo Realidad), recordar, en lo que a las prácticas de montaje y el fotomontaje se refiere, la obra de Josep Renau, pintor, cartelista y director de Bellas Artes durante la Segunda República. Exiliado posteriormente a México y la Alemania Democrática tras el triunfo del golpe de Estado de 1936, regresaría puntualmente a España a partir de la amnistía general de 1976.

En relación con el momento que nos ocupa, son ineludibles sus trabajos de los sesenta, en los que critica abiertamente el *American way of life* y la ideología distribuida a través de su cultura de masas [**51**]. En todos ellos se percibe concep-

tual y estéticamente la necesidad de separarse ideológicamente de lo que estas imágenes mediáticas representan para poder ser críticos con ellas, pero al mismo tiempo se ve obligado a tener que rescatarlas y valerse de ellas directamente para hacer evidente su crítica. Unas discusiones estéticas que, durante estos años (e incluso los nuestros), marcarán una pista que tendremos que seguir por las múltiples lecturas e interpretaciones que incorporarán a las obras y su recepción crítica e histórica.

Entre los nuevos medios y la pintura

Los medios de comunicación y los objetos de la cultura cotidiana no influyeron del mismo modo ni adoptaron las mismas características en la obra de todos los autores vinculados con las estrategias pop en España. Esta circunstancia, y la variedad de técnicas y contenidos con que se plasmó en nuestro país, nos habla de un enorme abanico de recursos más allá de las características estilísticas asociadas de manera tradicional con el Pop.

Para los primeros autores catalanes cercanos al Nuevo Realismo y los Nuevos Comportamientos, la presentación directa de los objetos y su manipulación a modo de fotomontaje o *collage* recogían y reconfiguraban las estrategias y estética de los medios de masas, devolviéndolas al público cargadas de significado crítico. En el resto del país, como en gran parte de las manifestaciones «clásicas» del Pop, se hará notar la preeminencia de la obra tradicional, de carácter pictórico. Ambas fórmulas son las mayoritarias en los representantes del Pop Global, y no resultan extrañas en sus relaciones del momento con otras fórmulas de creación —apenas contempladas— como el cine experimental o el *happening*. A menudo especialmente vinculadas con el conceptual, tampoco estuvieron distanciadas de las estrategias pop, incluso en sus representantes americanos.

El uso del formato de la pintura representativa sobre lienzo —menos radical que la presentación directa y la manipulación— planteaba dos problemas esenciales de carácter estético y social. Por un lado, devolvía la pintura al carácter representacional que las obras pop de Jasper Johns o Robert Rauschenberg habían arrancado al lienzo enmarcado, convirtiéndolo en un objeto. Por otro, el carácter burgués del lienzo y su comercialización como obra única convertían las obras pop y sus representaciones sacadas de la cultura de masas en una especie de sublimación de la cultura popular, trascendida y elevada al territorio minoritario del arte. Solo las técnicas serigráficas o de estampación, que posibilitaban su multiplicación, acercándolas aún más a los medios de masas, podrán resolver de manera más o menos favorable el dilema que esconde la transformación de lo múltiple, masivo y popular en objeto elitista y exclusivo. El problema —Warhol nos acompaña una vez más— es que el uso de la obra múltiple por medio de las técnicas

reproductivas propias de la cultura popular, incluso de carácter fabril, no aseguraba que fuesen a hacerlas real y efectivamente populares en su nueva distribución. La visión política sobre estas posibilidades del Arte Pop, en contra del romanticismo plástico recuperado por el Expresionismo Abstracto, era barajada como una de las vías para romper con el discurso sobre «el genio artístico», acercándolo de nuevo a las prácticas de vanguardia, a la ruptura de los niveles culturales y por ende al cuestionamiento último de la sociedad, sus esquemas políticos y clases. Una discusión que rondaba los debates teóricos del momento, y especialmente de aquellos que querían encontrar una posibilidad política en los usos del Pop y su aproximación a la realidad a partir de los medios:

> Dadá y el primer surrealismo echaron mano de objetos anodinos para construirlos en horizontes sorprendentes. Pero la diferencia entre aquellas magníficas máquinas inútiles y estas es grande. Entonces, no era solo sacar un objeto o imagen cotidiano de su contexto, era, ante todo, suministrarle un valor trascendental que, como útil, no poseía. Ahora es lo contrario. Si Rauschenberg relaciona un retrato del fallecido presidente Kennedy con una imagen de astronauta, un fragmento de Piero della Francesca, etc., no es para darles un valor trascendental a todos ellos, sino precisamente para banalizarles, quitar todo asomo de esencialidad y llamar la atención sobre las asociaciones que evidentemente suscitan [...]. Otro tanto puede decirse de las gigantescas viñetas de Roy Lichtenstein. Lo que en un cuadernillo impreso y vendido es perfectamente comprensible, ahora resulta absurdo [...]. Cuando Lichtenstein pinta a gran escala los dibujos de historietas, incluso con letras, no es para introducir dibujos en el mundo del arte, sino para introducir el «arte» en el mundo de los dibujos. Claro que lo opuesto puede producirse en cualquier momento, aquel en que se consagren las obras (Bozal, 1965: 58-59).

La crisis de la abstracción y la influencia de los nuevos medios y los estilos de vida de los sesenta impactarán de muy distintas maneras en los artistas españoles. El ejemplo paradigmático al respecto, del que nos ocuparemos pormenorizadamente más adelante, es el de Luis Gordillo. Siendo un artista eminentemente abstracto, su paso a la Nueva Figuración y el Pop le relacionan directamente con el grupo de artistas que se vincularán con mayor soltura a las estrategias pop en su vertiente menos politizada. En su caso, además, partiendo de un temprano conocimiento de las muestras artísticas inglesas y americanas desde principios de los sesenta.

Estas referencias exteriores (conocidas directamente o a través de reproducciones en revistas y otros medios) comenzarán a aparecer en distintos focos. A veces, la vinculación con otros movimientos e influencias, como sucede en la obra de Jordi Galí, supone una seria dificultad para atribuirle exclusivamente la etiqueta de Pop, pese a la indudable impronta que tienen algunos de sus trabajos, recordando

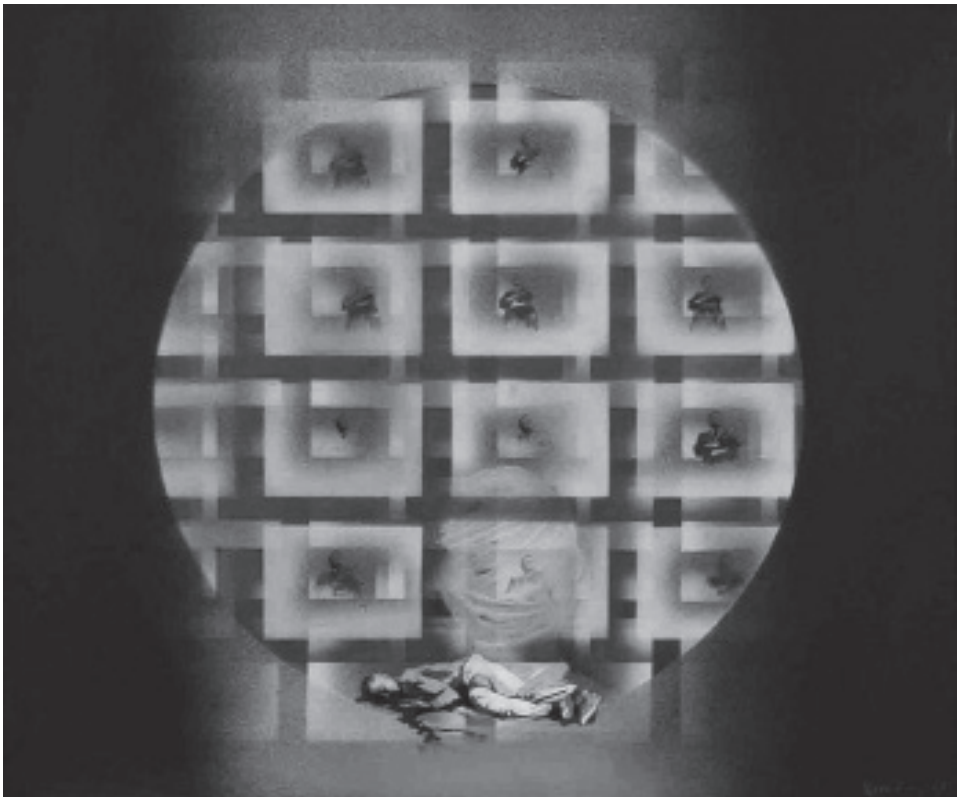
[52] Jordi Galí, *Bonjour, tristesse,* 1969, Museu Nacional d'Art de Catalunya, Barcelona.

incluso ejemplos como los de Rosenquist en su uso descontextualizado de partes de rostros embellecidos mediáticamente y rescatados del mundo publicitario [**52**]. Afortunadamente, contemplar el mismo como una estrategia nos permite comprender mejor que la aparición de la figuración en sus obras, de premeditada pobreza material, puede ser puesta en contacto tanto con la contracultura local como con la herencia que esta había recibido tanto de la generación *beat* como de las teorías actuales de Marcuse o Eco.

La representación de los medios de masas (periódicos, noticieros y publicidad) sirve como punto de partida en la transición del pintor griego Dimitri Perdikidis de la abstracción a la nueva figuración. Perdikidis, becado por el gobierno español para estudiar en la Escuela de San Fernando en 1957, se estableció en nuestro país, donde entró en contacto con gran parte de los autores que formarán parte de la renovación plástica española desde la vanguardia y el informalismo. Su obra se decanta inicialmente por una surrealizante figuración, en la línea de Dau al Set, y a partir de 1960 se introduce de lleno en el informalismo, participando en la Feria Internacional de Nueva York en 1962. A mediados de los sesenta, sin embargo, su obra comienza a girar hacia un realismo crítico, compartido con otros autores del momento, como el madrileño Fernando Somoza, en el que las imágenes, directamente extraídas de los medios de comunicación, sirven para explorar plástica e ideológicamente el significado de la figura humana [**53**]. Estas investigaciones iniciales, en las que ya comienza a jugar con el formato *collage*

—siempre con un marcado carácter pictórico y escenográfico—, se acentuarán durante los años setenta, cuando el compromiso ideológico con las circunstancias españolas le lleve a adoptar por completo la estética del realismo crítico.

Los medios de comunicación en su formato más actual —cine y televisión— sirven también de punto de partida para Anzo (José Iranzo Almonacid), uno de los representantes más claros de la introducción de un lenguaje pop entendido en la línea del «estilo americano» en nuestro país. Incluso recurre, en algunas de sus obras, al uso del acrílico sobre lienzo, que las dota de un aspecto publicitario que a Juan Antonio Aguirre, según manifestaba en el catálogo de su exposición del Ateneo de Madrid de 1967, le resultaba francamente desagradable. Aguilera Cerni, siguiendo la costumbre habitual de los críticos de la época en España, relegaba la influencia pop de la obra de Anzo a una especie de adopción estilística de necesaria traducción, y la acercaba por sus temas al realismo social o la nueva objetividad. El crítico Carlos Areán, tras afirmar, no sin acierto, que es el más pop de los artistas pop que ha habido en España, no duda tampoco en tener que «traducirlo» para evitar convertirlo en un epígono o mímesis de los planteamientos americanos.



[53] Perdikidis, *Madrid,* 1967.

[54] Anzo, *El Santo en TV,* 1966.

[55] *STOP USA,* 1965, Fundación Anzo, Valencia.

> Lo importante era que este nuevo «Pop» aludiese a las realidades del hombre español posterior a 1960, que se inspirase, incluso, en la televisión si lo desease, pero en nuestros telefilmes, en los que conmueven al hombre español y no en los que han tenido éxito en otras latitudes. Si unas niñas «ye-yé» aparecen en un lienzo, no serán las de París o Nueva York, sino las que podamos ver en cualquier baile de provincias de nuestro propio país (Areán en García Viño, 1978: 71-72).

Esta candorosa necesidad, representada por las palabras de Areán, de crear un «Pop español» que se distinga de los iconos americanos pone en evidencia la fragilidad teórica a la hora de abordar el fenómeno en todas sus manifestaciones. Además de contemplar la posibilidad de que el sesgo social que empezaba a solicitársele al estilo pudiese tenerlo también en otras latitudes, sin necesidad de mimetizar los símbolos del *American way of life,* la aparición de obras como *Los Telemitos* (1964) [**lám. 10**], *Negros en USA* (1964), *Señorito, cómpreme este ramito* (1965) (de marcado carácter erótico, copiando un anuncio de lencería femenina extraño de ver en nuestro país, o de una revista para adultos), *El Fugitivo* o las dedicadas a *El Santo,* de 1966 [**17 y 54**], hacen pensar en una inspiración directa no mediada por la obra de los artistas internacionales.

También la visión satírica sobre la cultura española y sus estereotipos en *La Españolada* (1965) hacen sospechar que no había nada más lejos que la intención de traducir el lenguaje pop americano en la obra de Anzo. Más bien, dadas las fechas en que nos movemos, lo que estaba reflejando era, precisamente, la nueva cultura de la imagen y los medios, reproduciendo los modernos programas musicales, series y películas de éxito importados de Norteamérica a nuestras parrillas televisivas y quioscos, no mediados por obras expuestas aún en galerías o museos. Este extremo convierte al artista de Utiel en uno de los representantes más característicos de los lenguajes pop en España (pese a su escasísima presencia y la injusta —creemos— desaparición de su obra de buen número de los recuentos pop de nuestro país). *STOP USA,* de 1965 [**55**], muestra claramente la ambigüedad de la adopción de lenguajes específicamente vinculados con la cultura de masas de origen americano, difundida mundialmente en esas fechas, y utilizados, precisamente, como fórmula de apropiación crítica de la cultura y modelo político que esta representa.

Desde 1967, Anzo se embarcará en una serie dedicada al aislamiento del hombre contemporáneo. «Aislamiento», según sus propias palabras, motivado por la incomunicación que la masificación tecnológica depara a la sociedad actual. Todavía cercana en muchos aspectos a la estética vinculada con el Pop, en el caso de esta serie el recurso a los medios se presta, con toda claridad, al servicio de la crónica y la crítica social.

También en ella se concentran otros dos artistas del círculo valenciano vinculado con los inicios de Estampa Popular de Valencia: Artur Herás y Rafael Armengol. En el caso del primero, el marcado carácter publicitario y pop de su obra *El*

[56] Artur Herás, *El set pecats capitals,* 1971.

set pecats capitals (1971) contribuye estéticamente a la crítica implícita al individualismo, el aislamiento y la uniformidad de los «hombres unidimensionales» analizados por Marcuse, generados por la nueva cultura y su desarrollo mediático y tecnológico [**56**]. Rafael Armengol, por su parte, centra sobre todo en la estética de la técnica fotográfica y de los nuevos medios sus intereses plásticos [**57**]. Usando la trama técnica de los distintos métodos de captación y reproducción de la realidad, aplicada sobre distintos aspectos de la cultura visual española, lanza mensajes críticos sobre la serialidad, la uniformidad y la manipulación. La valenciana Rosa Torres, relacionada a finales de los años sesenta con el círculo valencia-

[57] Rafael Armengol, *Torre de Babel,* 1970.

no de la Escuela de San Carlos, recurrirá también a procedimientos técnicos cercanos al diseño —en este caso, las tintas planas y el trazo lineal— para escenas que, en su realismo idealizado, no dejan de estar próximas a algunas de las estrategias vinculadas con la publicidad de los años sesenta.

En una línea muy similar a la de Anzo, investigando visualmente sobre los cambios sociales que estaba sufriendo España y su reflejo en el paisaje mediático y real, se sitúa el trabajo de Ángel Orcajo y su serie «Autopistas», iniciada en 1965, cuando recibió el premio Neblí por la primera de ellas, y continuada hasta los años setenta. Aunque la importancia del tema en Hockney, Ruscha, Rosenquist o Lichtenstein pudiera hacer pensar en una influencia directa, en realidad tampoco la hay. Como sucedía con la impronta compartida de los cómics o las películas, para la España del turismo y el desarrollismo las autopistas, como la televisión, parecían ser, literalmente, una vía abierta hacia otro mundo. Con el tiempo, Orcajo continuará desarrollando esta obra que combina, en ocasiones, una visión retrofuturista con unas fórmulas y diseños de representación de inconfundible estética pop.

Tampoco reniegan de la influencia de los medios y de los iconos norteamericanos Antoni Padrós o Juan Antonio Toledo. Ambos llegan a dedicar obras directamente a Marilyn [**58 y 59**], imbuyéndose del aura pop que la actriz tenía en

[58] Antoni Padrós, *Main Street,* 1968.

[59] Juan Antonio Toledo, *Marilyn,* 1976.

múltiples representaciones del momento. Sin prejuicio alguno a la hora de acercarse a la corriente internacional en sus formas más reconocibles, ni la obra de Padrós ni la de Toledo (uno de los miembros fundadores de Equipo Crónica) rechazan inscribirse, de manera excepcional, dado el rechazo que la etiqueta Pop generaba en crítica y artistas del momento, en una línea de continuidad con la canónica versión americana, incorporando, no sin cierta ironía, sus símbolos más conocidos.

También cercano al Pop americano, y a las obras de tintas planas y formas bien delimitadas y bordeadas, próximas al diseño industrial, está el trabajo de Carlos Sansegundo [**60**]. Partiendo de la abstracción de la década anterior, se incorpora a la segunda exposición del Grupo Hondo, en 1963, planteando unas obras que exploran formalmente el problema de la representación de manera similar a la de las *Dianas* de Jasper Johns o la obra de Peter Blake. La influencia americana, en este caso de Wesselmann, se detecta directamente en las obras de Eduardo Úrculo, que entró en contacto con la corriente anglosajona del Pop en la exposición de Estocolmo de 1964. Los *Grandes desnudos americanos* podrían estar en la base de obras de marcado carácter sexual que realiza a partir de la década de los setenta, después de unos años de exploraciones formales en torno al Pop. Como indicaba en su momento Marchán (1983: 368) sobre esta influencia pic-

[60] Carlos Sansegundo, *Pop Art,* 1964.

tórica, las imágenes lisérgicas propias de la contracultura de la época favorecerán la creación de un universo «pleno de tensiones y espasmo» cuyas formas, especialmente en las obras de mayor carácter erótico, rozan lo auténticamente «popular» de la cultura visual de la pornografía y la historieta *pulp.*

Lo lisérgico y lo mental, junto con vías de exploración místicas, espirituales y científicas relacionadas con el mundo de la psicodelia y las modas del momento, se reflejan en la temprana obra del precoz artista Zush (Alberto Porta), seudónimo adoptado tras una estancia en la prisión y el frenopático de Barcelona. De carácter autodidacta, su obra ha tenido hasta nuestros días muy distintas derivaciones (plásticas, musicales, digitales...) que lo convierten en uno de los artistas más eclécticos y personales del panorama español.

Entre el reportaje social y la figuración narrativa, con un potente carácter pop, se encuentra la obra de Francesc Artigau. Pinturas como *Brindis,* de 1969, utilizan recursos y estrategias conceptuales y técnicas claramente extraídos de los nuevos medios. Los personajes representados parecen recurrir a la misma fachada de felicidad y perfección de un mundo publicitario, *sexy* y festivo que esconde un trasfondo y un utilitarismo perversos. En la composición de dípticos, casi como si de un negativo se tratara, lo que queda de los personajes de la escena, reducidos a sus coloridas siluetas, son aquellos elementos que más llaman la atención por su carácter puramente fetichista, recordando, como apuntaba Marx desde el origen de

la discusión, que nada hay más susceptible de ser fetichizado en el mundo capitalista que «la mercancía». Algo en lo que, en la nueva sociedad de consumo, todos nos habíamos convertido.

Las formas del cómic y la mezcla de lenguajes pictóricos, que será tan frecuente en la Figuración Narrativa francesa en casos como los de Arroyo, Adami o Rancillac, calan de manera radical en la excepcional pintura de Eugenio Chicano [**lám. 11**]. El malagueño trabajó como cartelista de cine en Zaragoza desde finales de los años cincuenta, y eso marcó profundamente su relación con los nuevos medios de la imagen y su traslado a la pintura. Además de esta influencia, durante los años sesenta realiza distintos viajes por toda Europa y entra en contacto directo con los grupos políticos relacionados con el Mayo del 68 francés, lo que lo lleva a incluir en su obra los contenidos y críticas políticos consustanciales a ellos y al movimiento artístico francés que los acompañaba. Esta mezcla de lenguajes y la referencia a cuestiones sociales de actualidad (tanto las referentes a la Francia del momento, que todavía seguía manejando los conflictos coloniales de Argelia, como las que atañían a la guerra que emprendió Estados Unidos en Vietnam) convierten su obra —poco conocida, dadas las escasas alusiones a su trabajo en textos dedicados al fenómeno pop— en un episodio significativo de su evolución en nuestro país.

Su trabajo *¡No a la violencia!,* incluido en su exposición *Arte crítica,* realizada en 1968, podría ser casi sin problema un manifiesto de gran parte de las problemáticas que nos vienen acompañando y que han caracterizado a la introducción y desarrollo de las estrategias pop en nuestro país. Por una parte, la adopción de los recursos simples y directos del cómic permitía hablar, con un lenguaje moderno y aparentemente aséptico —aunque las obras bélicas que reflejaba no lo eran en absoluto—, de la situación internacional por medio de sus códigos más extendidos y aceptados. Por otra, la pervivencia de un lenguaje costumbrista y popular en los receptores de la obra marcaba claramente el contraste con los espectadores de la época en nuestro país. Entre la modernidad y el folklore, lo moderno y lo popular, la separación estética entre arte y público que representa en su obra sirve como metáfora perfecta de la situación artística y política tanto a nivel nacional como internacional.

Las formas típicamente pop también se dejan notar en la obra de Alfredo Alcaín [**lám. 12**]. Próximo en sus representaciones de escaparates y antiguos comercios al realismo de Amalia Aviá o a la atención —mucho más política— a los muros y sus carteles y pintadas del pintor Julián Pacheco (vinculado a la Figuración Narrativa francesa y presente en la exposición *España Libre),* en el caso de Alcaín «el mundo de objetos que presenta no es tanto el de una sociedad industrial en desarrollo, de una sociedad de consumo, cuanto los restos de una sociedad que está desapareciendo» (Bozal, 2000: 502). Esta fijación por los objetos de consumo y *kitsch* de la sociedad preindustrial y los restos de una sociedad en

desaparición es lo que llevaba a Marchán a calificar su obra como una de las mejores representaciones en el Arte Pop español del espíritu *camp* del que hablaba Sontag, útil para definir y comprender este «pop del subdesarrollo» del pintor madrileño, más inspirado en los escaparates del Rastro que en los grandes centros comerciales y sus productos.

Si de *camp* se trata, vinculado estrictamente con las atribuciones que Sontag hizo sobre esta particular sensibilidad y su relación con cierto gusto homosexual, no podemos sino referirnos a la obra que más radicalmente cerca de los presupuestos internacionales del Pop americano se situó en nuestro país a finales de los sesenta: la de Herminio Molero. Aunque volveremos sobre el autor por su participación durante los años setenta en la pintura de la Nueva Figuración Madrileña y en el fenómeno de la Movida, no pueden pasarse por alto las obras que en 1968 realiza mezclando imágenes y objetos que emulan a las marcas comerciales sobre aspectos de la cultura pop, reflejando canciones y grupos rock internacionales e incluso, de manera iluminadora, reelaborando productos de tomate envasado. Destaca, en este sentido, la obra *Another Little Breakfast,* en la que entre objetos cotidianos del día a día se encuentran el rostro del Capitán América, directamente extraído de un cómic, y los retratos en clave absolutamente pop de John Lennon, Judy Collins, Jane Birkin, Bob Dylan, Marianne Faithfull o Mick Jagger.

La ironía del Pop más cercano al estilo americano, con su proximidad al diseño publicitario y la frecuente simplificación de sus formas y colores, no evita que pueda poner sus estrategias al servicio del comentario político. Aunque hoy sabemos que este es fundamental en todas las muestras relacionadas con el movimiento, ese extremo no era contemplado por la crítica de la época en nuestro contexto, y por eso tiene aún mayor valor que se considerara una obra como la de Carme Aguadé [**lám. 13**] como la mejor representación del Pop en el Estado español, en palabras de Vázquez Montalbán. La «pureza pop» de la que hablaba el escritor —cuya vinculación comunista en la época no le limitaba a la hora de saludar formas y estilos hedonistas y pop— no se debía en absoluto a una actitud acrítica por parte de Aguadé. Como indican Bassas y González, esa pureza de la que hablaba el crítico era capaz de superar «la irrelevancia de la imagen visual y de los objetos de uso y consumo que nos invaden hasta la asfixia de la retina» (citado en Bassas y González, 2021: 318).

No sorprende, como veremos más adelante con detenimiento, que sea precisamente a una mujer a la que se le conceda el mérito de la pureza pop en nuestro país. Si atendiésemos a la versión canónica del estilo en su vertiente americana, en la que la representación de objetos responde a la frivolidad y banalidad de la sociedad capitalista —según entendía entonces la crítica comprometida europea—, es fácil entender que la afición por el consumo privado y doméstico frente a la producción lo convirtiese en un estilo frecuentemente connotado como «femeni-

no» (Silver, 1993: 198). Pero sorprende, sobre todo, que se haga teniendo en cuenta que, en el caso de los sifones de Aguadé, no hay nada más lejos de una mera alabanza del objeto común, sino una evidente ironía crítica con una clara lectura política en el marco del tardofranquismo. La obra de Aguadé supone, de este modo, una especie de vía única y apenas transitada por la acusada tendencia del Arte Pop de nuestro país a decantarse por un realismo crítico y una crónica social fuertemente teorizada. Una obra, en definitiva, que demuestra hoy, cuando sabemos que tras las superficies más banales del Pop se siguen escondiendo significados y lecturas políticas y sociales, que también en nuestro país cabía la posibilidad de que las luchas más importantes se pudiesen desarrollar entre los objetos más simples, cotidianos y pop.

Estampa Popular de Valencia

El tercer camino de integración de las estrategias pop en el arte español, atendiendo específicamente al uso de distintos lenguajes plásticos y recursos estéticos, con su consiguiente lectura e interpretación políticas, será el recorrido por Estampa Popular de Valencia. El prejuicio que llevaba a tildar el Pop, entendido en su versión canónica, como banal explica por qué para muchos de sus protagonistas incluir al grupo Estampa Popular (como a su derivación en los Equipos Crónica y Realidad) en una historia del Pop español podría ser considerado, como poco, una incorrección histórica. Sin embargo, y en una de las paradojas que han acompañado al desarrollo histórico y crítico de la introducción de la estética pop en España, es imprescindible citarla como una de sus vías de desarrollo.

Más adelante profundizaremos en la diatriba ideológica que indujo a determinados críticos, como Moreno Galván, Bozal o Llorens, a evitar siquiera el adjetivo «pop» frente a aquellos, como Cirici o Aguilera Cerni, que apostaban por reconocer, al menos, su impronta en nuestro país. En el caso de Aguilera Cerni, le parecía que lo más que podía conseguir eran «impactos limitados a la sorpresa o el estupor» pero con una capacidad comunicativa real nula y, desde luego, incapaces de lograr que aquellos mensajes produjesen una «rectificación» del mediático (citado en Gandía Casimiro, 1997: 40-42). Sirva recordar, por el momento, que desde su origen madrileño en 1964, vinculado a la figura de José Ortega, el colectivo de Estampa Popular se había caracterizado por un claro ideario político, que marcaba su labor tanto en lo técnico (con la estampación, que permitía multiplicar las obras) como en lo referente a la temática social y la estética realista y expresionista con la que intentaban facilitar la transmisión de su mensaje. Este ideario político, claramente vinculado con el comunismo y las lecturas marxistas, marcará profundamente el destino tanto de Estampa Popular como de los grupos y artistas que

surgieron a partir de ella (prácticamente, todas las grandes figuras más tarde relacionadas con el Pop y la Figuración Narrativa).

Como recordaba Tomás Llorens, el crítico que más apoyará intelectualmente al colectivo de grabadores valencianos, la idea de crear esta facción de Estampa Popular fue también de Ortega. A finales de 1963, y con motivo de la exposición *España Libre,* con la que se pretendía contrarrestar la imagen vendida al exterior por el régimen, el líder político contactó con Rafael Solbes, José María Gorrís y el propio Llorens en París. Parece ser que, en un viaje clandestino a España, también entró en contacto con otros miembros cercanos, como el crítico Aguilera Cerni, Anzo y Monjales, con el mismo propósito de fundar esta nueva sección del colectivo político (Llorens, 2015: 5). A través de Alfons Cucó, Valeria Miralles, Vicente Marqués y el propio Tomás Llorens, la facción valenciana de Estampa Popular establecerá contacto directo con el PSV, al tiempo que se vinculará con las manifestaciones políticas universitarias y la Academia de Bellas Artes de San Carlos, en la que estudiarán muchos de los integrantes de la renovación plástica relacionada con los grupos valencianos de la época (Folch, 2015: 12).

El método de trabajo de Estampa Popular de Valencia, en el que se mantenía la dinámica libre del resto de agrupaciones a lo largo del país, apuntaba sin embargo a una mayor organización, incluyendo reuniones quincenales que se celebraban en el estudio de alguno de los pintores involucrados, como Valdés. Allí se desarrollaban coloquios, lecturas y discusiones acerca de la capacidad de acción política de los artistas en la sociedad actual y debates estéticos, como el que mantendrán en torno al realismo y que será fundamental en la configuración futura, a partir de Estampa Popular, de Crónica de la Realidad.

> Se discutió mucho de realismo, hablábamos de Lukács y de Brecht. Se ponderó la objetividad postexpresionista del arte alemán de los años veinte, así como la militancia política de sus movimientos vanguardistas [...]. Se habló mucho también del arte pop norteamericano, que ya el año anterior había llamado la atención de algunos artistas [...] que participaban ahora en las reuniones [...]. Se habló de los nuevos medios de comunicación de masas, incluyendo la televisión, y de su impacto en la experiencia visual del hombre contemporáneo (Llorens, 2015: 6).

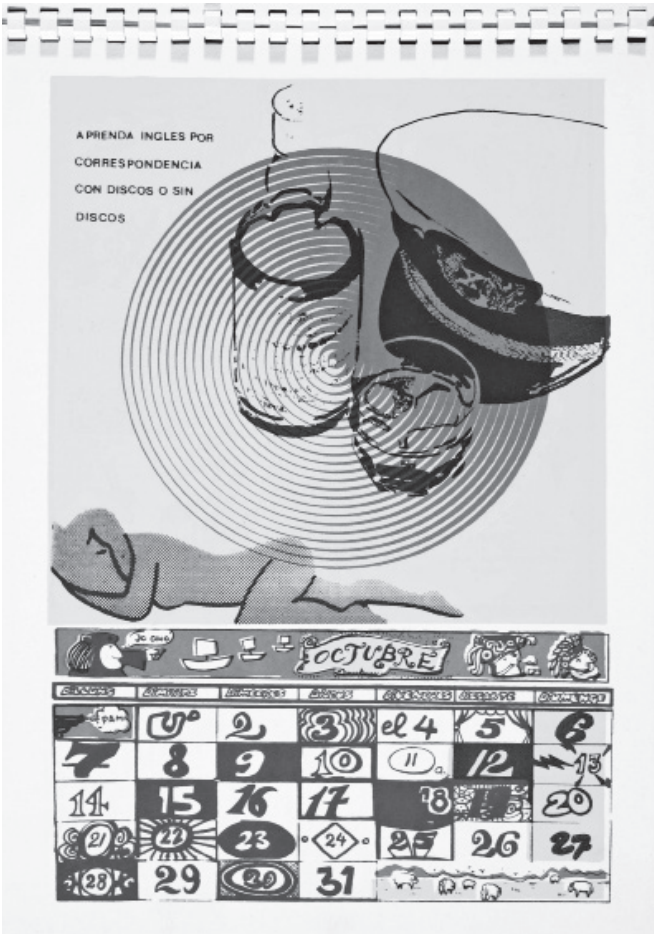
En relación con el realismo, uno de los debates que dieron origen a la actividad específica de este grupo fue la constatación de que el frente de Estampa Popular, tal y como funcionaba en sus distintas agrupaciones en ese momento, no podría perdurar en el tiempo por su desconexión con la cultura española de los sesenta. El estilo expresionista y dramático y las imágenes rurales, obreras y centradas en retratar la miseria del país se apartaban demasiado del nuevo lenguaje comprensible y verdaderamente popular para el público de la época, inmerso en

una nueva cultura visual. En 1965, el propio Llorens, un año después de la formación del grupo valenciano, era bastante crítico con el resto de formaciones en el texto «Un any d'Estampa Popular de Valencia». En él rechazaba la tendencia hacia el populismo que habían adoptado los grabados con expresiones de la miseria y el hambre del pueblo y la fundamentaba en «una confusión entre lo popular (considerado desde un punto de vista idealizado) y todo aquello que es bueno (la "inocencia", la "vitalidad", el "martirio", etc.)» como resultado de la «mala conciencia». Achacaba los problemas —de los que, finalmente, también será víctima el propio proyecto de Estampa Popular de Valencia— a una mala lectura de los presupuestos de Brecht, Lukács o Della Volpe sobre la función social del realismo:

> A la hora de incorporar un contenido informativo en la comunicación artística (lo que constituye la exigencia de todo realismo), esta tendencia presenta limitaciones muy serias. En cuanto al problema de la multiplicidad de la obra de arte [...], el recurso al grabado y sus técnicas tradicionales era un medio muy insuficiente, sobre todo teniendo en cuenta que la vida de cada uno de estos grabados se limita, en el mejor de los casos, a ser expuesta en una galería de tipo convencional y a ser adquirida por un *amateur* o coleccionista (citado en Marzo y Mayayo, 2015: 264).

La discusión se extendía a la idea del compromiso de inspiración sartreana entre el artista y la sociedad y la necesidad de que la acción política antifranquista se actualizase para cumplir con una verdadera labor de oposición al régimen, haciéndose comprensible para todo el mundo. Para Llorens, los métodos e iconografías utilizados por el grupo valenciano debían adecuarse a la situación e imaginario de los modernos españoles y al nuevo carácter consumista (Barreiro, 2021: 305) [**lám. 14**]. Si a través de los medios de comunicación los españoles recibían una moderna alienación que les incitaba a consumir como nueva clase media, haciéndolos creer que los problemas de clase que representaban los grupos anteriores eran cosa del pasado, había que adaptar el lenguaje a estos mismos medios, convirtiéndolos en interruptor crítico de sus mensajes de modo que la población que los recibiera tomara conciencia de la situación mediática en el régimen. Al reflejar en forma y contenido la realidad en la que surgía la obra, compartida con el espectador, no se trataba de que este fuese llevado a lugares de ficción que le provocaran emociones intensas, sino de ofrecerle una realidad directa con la que pudiese identificarse y que, al hacerlo, le incitara a preguntarse por la imagen y el contexto en el que esta se inscribía de modo que pudiese inducirle un sentimiento crítico ante ella y la sociedad que la había configurado y de la que formaba parte.

Con este fin, y reflejando los medios de masas de su época, el lenguaje pop tenía necesariamente que aparecer en las discusiones del grupo. Estampa Popular



[61] Ana Peters (Estampa Popular de Valencia), *Calendario 1968,* 1967.

de Valencia, como ocurrirá con el resto de grupos valencianos posteriores, creados en el entorno de Llorens y Bozal, rechazaba radicalmente la adscripción a ese estilo por considerar que el Pop suponía un elogio de la sociedad capitalista actual y la cultura del consumo, que era, precisamente, la que ellos querían que viesen tal como era los ciudadanos, aletargados por el efecto de esos mismos medios y los modelos sociales que los amparaban ideológicamente, que adoptarán incluso discursos no solo de clase, sino vinculados con el género, en algunas de las obras de Ana Peters [**61 y 93**].

Hay que entender este debate en el contexto del desembarco europeo del Pop, tras su nacimiento inglés, con la imagen exportada de su transformación (americana) en un estilo (americano). Este giro interpretativo desplazaba las posiciones europeas del proamericanismo inglés que le había dado origen al enfrentamiento ahora con una clara ola de antiamericanismo general que percibía la cultura estadounidense como sinónimo del capitalismo, el neocolonialismo y el anticomunismo. Es interesante, en este sentido, y como en su momento Huyssen puso en

evidencia, observar cómo el Pop, convertido en la imagen del capitalismo americano, podía ser saludado como liberador en sociedades como la alemana de la época (a pesar de que el Realismo Capitalista, en su reflejo de las estrategias pop, se mostraba bastante irónico), mientras que en otros muchos lugares el antiamericanismo era la tónica dominante.

España es ejemplar a este respecto. En nuestro país, los pactos con Estados Unidos de 1953, por los que la dictadura abría el espacio peninsular a las bases militares americanas a cambio de ayuda económica y política, habían supuesto la legitimación del franquismo por parte de una gran potencia internacional y su incorporación al bloque occidental de la Guerra Fría. Esto generó un clarísimo antiamericanismo en el antifranquismo español de los sesenta, cuyas bases ideológicas, además, eran fundamentalmente marxistas y cuya disidencia política se aproximaba al Partido Comunista. El rechazo al Pop como imagen de Estados Unidos, como ellos mismos habían querido venderla internacionalmente, chocaba con la claridad del mensaje pop y su capacidad intrínseca de ser utilizado políticamente, como se proponía Estampa Popular de Valencia. Este uso consciente de ciertos recursos del Pop, al mismo tiempo que el alejamiento de cualquier tipo de mimetismo o identificación con él, pondrá de manifiesto que, en España, «era mucho más factible criticar con crudeza a los Estados Unidos de América y poner en duda su democracia que no referirse a la situación española [...] reflejar la banalidad alienante y manipuladora del capitalismo permitía o implicaba una crítica exógena» (Mitrani, 2018: 33-34).

De ahí que muchos de los recursos que utilicen los valencianos en sus obras (similares a los que la Figuración Narrativa, que conocían de primera mano, estaba usando en París) no puedan negar las semejanzas con el Pop norteamericano en muchas de sus estrategias: apropiación publicitaria, tendencia a la serialización y a la narrativa sacada del cómic y el cine, etc. También sus temas se centraron en los medios de comunicación, aunque fuese con la previsión crítica de denunciar sus mecanismos de manipulación.

Esta situación conducía a lugares insospechados. La preeminencia de temas específicamente referidos a la sociedad y la cultura valencianas contribuyó a que, pese a su marcado carácter crítico, el propio Llorens cayera en el tópico, comentado por Gandía Casimiro, de relacionar directamente Valencia con la tradición pop: «El carácter satírico tradicional de la mayor parte de las obras de arte originariamente populares parece confirmar esta conclusión, y ello de una manera especialmente característica en las manifestaciones artísticas populares del pueblo valenciano» (citado en Gandía Casimiro, 1997: 39). Como si de una especie de «huida hacia delante» se tratase, el intento de escapar por todos los medios de la etiqueta americana llevaba a buscar refugio en una supuesta tradición local, no siempre comprobada (salvo en las citadas *aúcas* o aleleuyas, que tampoco parecen restar importancia a la influencia del cómic) [**62**]. Esta suerte de incoherencia

[62] Estampa Popular de Valencia, *Mirant València,* 1966.

[63] Rafael Solbes [Equipo Crónica] (Estampa Popular de Valencia), *Calendario 1966,* 1965.

será, precisamente, el argumento que los beligerantes críticos de finales de los setenta, contrarios en todo a los planteamientos de Llorens y Bozal y al arte que estos defendieron durante los sesenta, esgriman para tacharlos de *«lobby* valenciano» (Marzo y Mayayo, 2015: 270).

También resultaba problemática la distribución de los «productos artísticos», como los denominaba la facción valenciana de Estampa Popular. Como parte del compromiso, la circulación de estos debía hacerse de acuerdo con los objetivos que se proponían, reuniendo forma y contenido de las obras. La solución frente a las muestras tradicionales realizadas por los colectivos anteriores vino facilitada —valga la paradoja— por los problemas gubernamentales con los que fueron encontrándose a la hora de exponer en espacios y galerías. Las sistemáticas prohibiciones, censuras y cierres les permitieron cambiar la metodología de trabajo y dedicarse a la creación de carteles, postales y calendarios [**63**], que facilitaban la distribución del mensaje a través de obras baratas, fáciles de realizar mecánicamente y de venta accesible a través de quioscos y librerías (Haro, 2009: 69). Esta metodología, sin embargo, abría nuevos debates que enraizaban con el problema fundamental que había arrastrado Estampa Popular desde sus inicios. Si con las anteriores experiencias no habían conseguido llegar a aquellos —obreros y campesinos— a los que en tantas ocasiones retrataban, ahora la limitación era que los que conocían y adquirían los

«productos artísticos» de los valencianos eran pocos, y posiblemente compartieran de partida las premisas, el planteamiento crítico y la ideología de aquellos que los habían creado.

No solo se trataba del problema de que el mensaje llegara o no a un determinado público a través de los objetos artísticos. El método de estampación inicial elegido por los artistas de Estampa Popular de Valencia, el linograbado, conllevaba una carga bastante importante de trabajo y no permitía grandes tiradas, como la serigrafía o el *offset,* que se introducirán más tarde en la actividad del grupo. Esto se tradujo en un producto de masas «auratizado» por su carácter prácticamente manual. Para solventar que se trataba casi de trabajos manuales y únicos, en algunas ocasiones se inflaban artificialmente las tiradas con el fin de hacerlas parecer más cercanas a la cultura de masas. Doble error, según el diagnóstico demoledor de Marko Daniel sobre el impacto que la técnica tuvo en el destino de Estampa Popular:

> Sus manuales linograbados no son ni parecen objetos de producción en serie. El proyecto en su conjunto tenía fisuras tales hasta el punto de que los artistas no se implicaron en la producción industrial (por ejemplo, a través de una colaboración con la industria), ni tampoco participaron de los sistemas de distribución de la sociedad de consumo. Se negaron a sí mismos los fundamentos sobre los cuales supuestamente se basaba la crítica a la sociedad [por] una interpretación errónea de la base económica de la cultura de masas y la sociedad de consumo (Daniel, 1999: 36).

Apropiarse solo del lenguaje de los medios de masas no resolvía de manera automática la posibilidad de subvertirlo si lo que se deseaba era introducir esos productos en los mismos cauces de distribución que se querían cuestionar. Esta discusión, central en nuestro país por su interpretación política, también era fundamental, sin embargo, en todo cuanto tenía que ver con el Pop Global. Incluso la sección americana del Pop, con el fin de realizar una revisión total de los niveles culturales y hacer el arte accesible a todo el mundo, había recurrido a la serigrafía y el grabado para acabar con las ideas de arte auratizado y permitir que incluso mensajes relacionados con la política, la identidad y las reivindicaciones raciales alcanzasen a un mayor número de personas, como Catherine Daunt y Stephen Coppel desarrollaron en el proyecto *El sueño americano. Del pop a la actualidad* (2020). En el caso español, sin embargo, y como recuerda muy acertadamente Marko Daniel, el problema real se encontraba en que aquello de la «cultura de masas» resultaba, una vez más, un problema más teórico que práctico, dada la pobre experiencia que podía tener la cultura española sobre ese nivel de desarrollo comercial.

Una vía posible para solucionar este problema, y que vemos que en la España del momento fue útil para hacer circular determinados mensajes estéticos, era la que el fundador del proyecto político de Estampa Popular, José Ortega, había previsto en 1968, involucrándose directamente al ilustrar con varios grabados —uno por

[64] Agustín Ibarrola, portada del disco de Imanol, *Herriak ez du barkatuko!,* 1976.

canción— la carpeta del disco de Paco Ibáñez *La poesía española de hoy y siempre,* como hará en 1974 con *Cantes del pueblo para el pueblo* de Manuel Gerena. Otro tanto hizo Agustín Ibarrola, de Estampa Popular de Vizcaya, con la portada de *Herriak ez du barkatuko!,* de Imanol (Panera, 2016: 263) [**64**]. Este camino de introducción en los medios de masas, que Estampa Popular de Valencia intentará llevar a otro nivel, no sin problemas de traducción, también había sido explorado —y de una manera bastante exitosa, dada la circulación internacional— por Ricardo Zamorano, de Estampa Popular de Madrid, que en 1961 había hecho el cartel para *Viridiana,* ganadora ese año del Festival de Cannes. Aunque posiblemente alcanzara a un público afín, su distribución y su papel social eran muy diferentes de los de la obra de arte tradicional y sus cauces de circulación; incluso si estos, como en el caso de los productos valencianos, tendían más a la «devaluación» de la obra artística que a su inflación como producto de alcance exclusivo.

Muchos de estos proyectos, que mantienen la estética y el espíritu de Estampa Popular en sus distintas encarnaciones regionales, sobrevivieron y prolongaron la actividad de los grupos en activo. Aunque algunos de ellos, sobre todo el colectivo madrileño, todavía trabajaban en 1976, cuando Llorens y Bozal preparan la exposición para la Bienal de Venecia sobre las relaciones de arte y política en España, parece que a finales de los sesenta el proyecto se encuentra ya en un severo declive. En el caso valenciano, de hecho, a mediados de los sesenta el crítico Vicente Aguilera Cerni ya estaba impulsando un proyecto que fuese más allá de las propuestas teóricas y prácticas de Estampa Popular de Valencia, presentado en el Colegio de Arquitectos de Barcelona con el título *Crónica de la Realidad* y en el que reúne, bajo una nueva metodología técnica y conceptual, a distintos miembros de la antigua formación.