

Dibujar Como Una Máquina

Arte Pop
1952-1975



Dibujar como una máquina: arte pop, 1952–1975, explora los métodos innovadores de dibujo promovidos por quienes fueron los principales profesionales asociados con el pop estadounidense, uno de los movimientos artísticos más importantes del siglo XX. Durante esta época, a medida que la marcación gestual y expresionista se volvió menos prominente, los artistas experimentaron en su trabajo con imágenes y procesos comunes, tomados de la publicidad impresa. A veces, estas estrategias estaban destinadas a esconder la mano del artista en obras únicas, que pueden parecer hechas por reproducción masiva. Esta exposición reúne dibujos que cubren la contradicción aparente entre lo manual y lo mecánico, cambiando drásticamente la conexión—asumida tradicionalmente—que tiene el dibujo con la mano del artista. La exposición presenta, principalmente, obras de la colección permanente del museo junto con préstamos locales seleccionados.

En una entrevista de 1963, Andy Warhol declaró que quería “ser una máquina” y “parecido a una máquina” en su práctica artística. Para lograrlo, fue pionero en el uso de la línea borrosa en obras como *Standing Man (Hombre parado)*, ca. 1952, en la que colocó una hoja de papel contra una marca de tinta fresca, quitó el papel y luego continuó dibujando sobre una línea prensada y descolorida. Warhol repitió esta acción decenas de veces, uniendo el dibujo y el grabado en una sola hoja. Como dibujos únicos que se asemejan a imágenes impresas, los dibujos de líneas borrosas de Warhol se acoplan e imitan lo efímero de la cultura del consumidor.

Roy Lichtenstein unió de forma similar el dibujo y el grabado en obras como *Steak (Bistec)*, 1963. Aquí, una línea de contorno grueso y continuo resalta un solo objeto del papel en blanco. Los detalles son omitidos y reemplazados con puntos Ben Day de igual tamaño y espaciado, los cuales se utilizan, normalmente, para crear rangos tonales en los procesos de impresión mecánica. En este dibujo en particular, Lichtenstein dibujó los puntos a través de una pantalla perforada, colocada sobre la hoja para lograr textura y variación. El efecto final es una imagen que flota entre las superficies exuberantes del grafito aplicado a mano y la reproducción rutinaria.

Warhol y Lichtenstein, junto con otros artistas de este movimiento como James Rosenquist, Ed Ruscha e Idelle Weber pertenecieron a una generación de estudiantes en los Estados Unidos que surgieron de colegios y universidades que unieron, cada vez más, las disciplinas de bellas artes y diseño industrial, especialmente en cursos fundamentales como el de dibujo. Esto los hizo muy versados en el arte de la ilustración comercial y muchos se graduaron para ocupar puestos en este campo,

junto con sus prácticas artísticas. Por ejemplo, Rosenquist trabajó durante años como pintor de letreros, reproduciendo consignas e imágenes conocidas en vallas publicitarias. En *Untitled (Sin título)*, 1975, expone este conjunto de habilidades al incluir una imagen de Pegaso, el mitológico caballo volador, estilizado como el logotipo de Mobil Oil. Aquí Rosenquist colocó este símbolo, que adornó todos los productos y estaciones de servicio de la compañía durante décadas, sobre una base de balancín, como si fuera un juguete para niños.

Otros dibujos en la exposición ponen de relieve las atractivas estrategias de publicidad visual que fueron desarrolladas por las principales empresas de marketing del momento para dirigir las compras del consumidor en medio de la proliferación de bienes disponibles durante la posguerra. Estos incluyen primeros planos extremos y la yuxtaposición de texturas. Por ejemplo, el *Study for Small Smoker No. 4 (Estudio para pequeña fumadora No. 4)*, 1969, de Tom Wesselmann, muestra una boca que libera una columna de humo, fragmentando y erotizando la forma femenina. Marjorie Strider, en su dibujo *Party (Fiesta)*, 1973, contrasta una lata de refresco de aluminio reluciente con una sustancia rosa desconocida, que sale en forma de espuma y alrededor del recipiente. Otros artistas de esta época investigaron más y entretrejieron estas líneas entre el arte y el comercio. Para su obra *The Stock Market (El mercado de valores)*, 1962, Chryssa tomó una plancha de impresión de periódicos en desuso, que detallaba los rendimientos financieros diarios y la utilizó como un sello en toda la hoja. Descontextualizados de sus productos y empresas con las que actúan en conjunto, los valores adquieren una cualidad absurda en su repetición forjada a mano. Otro ejemplo es Ed Kienholz, quien comenzó una serie de dibujos como *For \$16.00 (Por \$ 16,00)*, 1969, que presenta solamente el precio en dólares estampado en el papel con la intención de que la obra se venda por ese precio. Actos como este, donde la estética del arte pasa a ser secundaria a la idea que impulsa la obra, allanaron el camino para que los artistas ampliaran los límites conceptuales de sus prácticas.

Instruidos por una era en la que el arte visual se integró a la cultura popular, los artistas explotaron estrategias gráficas aprovechadas por los creativos activos de esa época: los publicistas, ilustradores y pintores de carteles, para criticar y trastocar la autoridad misma del medio. “Estoy a favor de un artista que desaparece para aparecer con una gorra blanca, pintando carteles y pasillos”, comentó Claes Oldenburg en 1961 sobre esta incorporación del arte a la vida, del artista que se convierte en trabajador del arte.

Curada por Kelly Montana, curadora asistente, Menil Drawing Institute.

Esta exposición cuenta con el apoyo generoso de Angela y William Cannady; Catherine Miller a la memoria de Marcy Taub Wessel, Indigo Natural Resources; Ann y Mathew Wolf Drawing Exhibition Fund; Clare Casademont y Michael Metz; John R. Eckel, Jr. Foundation; Linda y George Kelly; Susanne y William E. Pritchard III; Leslie y Shannon Sasser y la Ciudad de Houston por medio de Houston Arts Alliance.

Programas públicos

Visite menil.org para conocer los próximos programas públicos.

Todos los programas son gratuitos y abiertos al público en general.

Los miembros del Menil disfrutan de acceso a eventos adicionales.

Para asociarse o saber más, visite menil.org/support.

Fechas de la exposición

29 de octubre de 2021 al 13 de marzo de 2022