

CLAVES DEL POP ART. LAS LATAS DE SOPA CAMPBELL'S

El significado del término *pop art* es muy amplio: incluye a todas las manifestaciones artísticas (o pseudo artísticas) que proceden de la industria cultural y están destinadas al consumo de masas. Por ejemplo, los temas chillones y azucarados de una intérprete de los años sesenta como Rita Pavone.

Pero también tiene un sentido más exclusivo: designa al arte figurativo, sobre todo en pintura, que utiliza productos insólitos o vulgares, *ready-made*, instrumentos aislados del entorno, artefactos separados de sus aplicaciones que forman parte de la cultura material que nos envuelve. Un arte minoritario que se vale de objetos al por mayor: botellas, latas de conserva, cajas de embalaje, desechos urbanos, trapos viejos, carteles publicitarios... Un arte que ha entrado en contacto con el mundo cotidiano y se ha dejado seducir por su plasticidad.

Andy Warhol expuso en 1962 la primera de sus famosas series de cuadros dedicados a las sopas enlatadas de la marca estadounidense Campbell's (en total treinta y dos ejemplares). Fueron expuestas en la Ferus Gallery, La Cienega Boulevard de Los Ángeles.

La disposición de los cuadros imitaba la colocación de las conservas en un supermercado, unas junto a otras y a idéntica distancia. Como es sabido, los cuadros eran reproducciones exactas y a gran escala del producto original. La primera intención era presentar al público la trasmutación milagrosa de un objeto de consumo en una obra de arte.

La puesta en escena fue delirante. La *crème* de la "gente guapa", directores de cine, fotógrafos, escritores en la cresta de la ola, eximios de la subcultura gay, intelectuales de lo extravagante y el mundo variopinto de la vida nocturna se dieron cita en la *performance*. El autor, que formaba parte de todos los grupos, alimentó esta feria de las vanidades como parte del "proceso creador" (son conocidas sus proclamas sociológicas sobre la función del contexto en la constitución de la obra y otros principios estéticos). El éxito coronó la empresa (nunca mejor dicho).

Los cuadros eran un producto semiindustrial, una mezcla de pintura acrílica sobre lienzo y un procedimiento de estampación que se realizaba en parte de forma manual y en parte de forma mecánica. Tenían unas dimensiones de 50,8 x 40,6 cm y las latas de sopa no eran iguales sino que representaban los sabores del amplio repertorio de la marca.

Cada cuadro valía mil quinientos dólares; las latas originales firmadas por Warhol podían adquirirse por diez dólares y la lata sin más por 0,32 centavos (el mismo precio que en la tienda de la esquina). Toda una provocación al comparar sin disimulos el comercio de la alimentación y el del arte.

Las sopas Campbell's, el detergente Brillo, los copos de cereales Kellogg's, la salsa de tomate Ketchup (de la que el infame presidente Nixon dijo que "se la podía considerar una verdura más"), la Coca-cola y su rival, fueron elevadas a la dignidad de obras de arte... muy caras. El *pop art* descubrió por fin la piedra filosofal, el sueño dorado de la alquimia, el arcano que convierte los metales vulgares en oro.

En cierta ocasión Warhol declaró.

Lo que hace de este país una tierra fabulosa es que América fundó una tradición en la que los consumidores más ricos compran las mismas cosas que los más pobres. Puedes mirar la televisión y beber Coca-cola, y sabes que el Presidente de tu país bebe Coca-cola, que Liz Taylor bebe Coca-cola y piensas que tú también bebes Coca-cola. Una Coca-cola es una Coca-cola y por mucho dinero que tengas, tu Coca-cola no será mejor ni peor.