

INSTITUCION EDUCATIVA LA PRESENTACION				
	NOMBRE ALUMNA:			
	AREA :	EDUCACIÓN ARTISTICA		NOTA:
	ASIGNATURA:	EDUCACIÓN ARTISTICA		
	DOCENTE:	ORIANA MARÍA ZAPATA MEJÍA		
	TIPO DE GUIA:	CONCEPTUAL - EJERCITACIONAL		
PERIODO	GRADO	Nº	FECHA	DURACION
2	11	5	JULIO	2 UNIDADES

### INDICADOR DE DESEMPEÑO

Comprende lo que es el Pop Art y el Expresionismo Abstracto y aplica algunas de sus técnicas en sus trabajos de clase.

#### ANDY WARHOL Y EL POP ART RETRATOS POR ENCARGO:



Acrílico y tinta de serigrafía sobre lienzo  
40 x 40 pulgadas (101.6 x 101.6 cm.)

The Andy Warhol Museum, Pittsburgh Founding Collection,  
Contribution The Andy Warhol Foundation for the Visual A

*“Cuando miro las cosas, siempre veo el espacio que ocupan. Siempre quiero que el espacio aparezca de nuevo, que regrese, porque es un espacio perdido cuando hay algo en él.”--Andy Warhol, The Philosophy of Andy Warhol from A to B and Back Again, p 144.*



#### Acerca del arte:

Andy Warhol comenzó a pintar retratos por encargo a comienzos de los años sesentas. Estas obras se convirtieron en un aspecto importante de su carrera, y fueron una de sus principales fuentes de ingreso en la década de 1970. Muchas de las personas que retrató eran conocidas en círculos sociales internacionales, el mundo del arte, y la industria del entretenimiento de aquella época. Andy Warhol comenzaba sus retratos por encargo con una fotografía tomada con una cámara Polaroid. La cámara Polaroid permitía una imagen de muy alto contraste, que Warhol agrandaba y trasladaba a una serigrafía. Cada retrato esta “pintado por debajo” primero. Warhol trazaba sencillos contornos de la imagen fotográfica en el lienzo e introducía formas de color. Algunos de los retratos eran pintado en un estilo muy pulido y de bordes definidos, mientras que otros tenían zonas sólidas de color o pinceladas más gestuales. Una vez que esta capa de pintura inicial secaba, imprimía la imagen fotográfica serigrafiada sobre ella.

#### Puntos de vista:

**1** “Creo que, eventualmente, la gente competía para ser retratada por Warhol, porque esto les daba una inmortalidad instantánea, del tipo que sólo disfrutaban las más grandes estrellas o los productos más famosos, como si fuesen también parte de la consciencia común de la época.”

**Arthur C. Danto**, “Art,” *The Nation*, 3 de abril de 1989, p.461.

**2** Bob le había pedido a Andy Warhol que le hiciera un retrato, algo que me atemorizaba un poco, naturalmente, porque nunca se sabía lo que haría Andy . Entonces dijo, “No te preocupes, todo será espléndido.” Así que tenía visiones de que iríamos a ver a Richard Avedon. Aquel día vino a buscarme y dijo, “Esta bien, aquí vamos.” Y yo dije, “Bien, ¿a dónde vamos?” “Sólo a la calle cuarenta y dos con Broadway.” Dije, “¿Qué vamos a hacer

allí?" "Voy a tomarte fotos," respondió. "¿Para qué?" pregunté. "Para el retrato," dijo. "¿Vestido así? Cielos, ¡luzco terrible!" dije. "No te preocupes," dijo, y sacó unas monedas. Tenía cerca de cien dólares en monedas, y dijo, "Tomaremos la llave alta y la baja, y te empujaré dentro, y tú miras la lucecita roja." Es el tipo de fotografía que se hace para los pasaportes, tres por veinticinco centavos o algo así. "Sólo mira la luz roja," dijo, y yo me paralicé. Miré la luz roja y no hice nada. Entonces Andy entraba, me hacía hacer toda clase de cosas, hasta que finalmente me relajé. Creo que todos en aquel sitio, cualquiera que fuese, pensaban que había dos locos allí. Corríamos de una cabina a otra, y tomábamos todas estas fotos, y estaban secándose por todas partes. Al final dijo, "Ahora, ¿quieres verlas?" Y eran tan sensacionales que no necesité a Richard Avedon. Estaba tan complacido; creo que iré allí a tomarme las fotos de ahora en adelante. Cuando entregó el retrato, venía en fragmentos y Bob le dijo, "¿Cómo quieres que... no vas a asistir a esto también?" porque había todos aquellos bellos colores. "Oh, no," dijo. "El hombre está allí para armarlo, déjalo hacerlo como quiera." "Pero, Andy, este es tu retrato. "No importa." Entonces se sentó en la biblioteca y nosotros lo armamos. Luego entró y lo observó críticamente. "Bien, sí creo que esto debería estar aquí, y eso debería estar allá." Cuando terminamos, dijo, "En realidad no importa; es tan maravilloso. Pero pueden cambiarlo como quieran." Lo que más me agradó del retrato es que era un retrato de estar vivo y no como aquellas cajas de chocolates, que detesto, y que nunca quise tener como un retrato mío.

**Ethel Scull**, amiga de Warhol y coleccionista, acerca de su retrato, Emile De Antonio y Mitch Tuchman, *Painters Painting: A Candid History of the Modern Art Scene, 1940-1970* Abbeville Press (New York: 1984), p.123-24.

**3** Si había un encargo para un retrato, almorzábamos con la persona que lo encargaba. Era divertido y ayudaba a relajarse a aquellos que se sentían nerviosos de que se les hiciera un retrato . . . Nunca sabíamos quién iría a almorzar. Podía ser una estrella de pop; si era una persona muy famosa, no decíamos que vendría a almorzar; le quitábamos importancia al almuerzo. Escuché después que la gente se sentía un poco intimidada con estos almuerzos . . . Sucédían cosas inesperadas; por ejemplo, cuando Georgia O'Keeffe vino a hacerse retratar, yo estaba haciendo un video de Paloma Picasso y John Richardson, así que, por casualidad, grabé también a Georgia O'Keeffe y a Paloma cuando hablaban del padre de Paloma. Una vez estaba grabando uno de estos almuerzos, y Rupert trajo a John Lennon cuando Andy estaba fotografiando a Liza Minelli. No todos los días en

860 eran emocionantes, pero en muchas ocasiones llegaban grandes personalidades con quienes normalmente no tendrías la oportunidad de conversar. Andy era la razón de que este fuera un centro de energía tan maravilloso.

**Vincent Fremont** sobre los almuerzos en La Fábrica. citado para el proyecto de la Web *One Stop Warhol Shop*, 2000.



#### ACTIVIDAD DE CLASE

1. **Responde en tu diario de campo de acuerdo a tu punto de vista:**
  - a) Compare y contraste los aspectos formales de los retratos de Warhol (i.e., su uso del color y de la forma, el equilibrio general y la unidad de cada obra, la pose de la persona retratada).
  - b) ¿Son importantes para nosotros los retratos? ¿Por qué o por qué no?
  - c) ¿Por qué han pintado retratos los artistas en todas las épocas?
  - d) Si pudiera hacer un retrato de cualquier persona en el mundo, ¿quién sería? ¿Por qué?

#### Agrándalo:

#### La escala en el arte y en la publicidad

Una dualidad de valores se refleja a menudo en la cultura estadounidense. Por ejemplo, los estadounidenses valoran la historia de ser pioneros en un nuevo mundo—de ser autónomos—y valoran, a la vez, poder comprar exactamente las mismas cosas y llevar el mismo estilo de vida de sus vecinos. El individualismo y el conformismo coexisten con facilidad. Las propagandas presentan estas ideas divergentes, con frecuencia dentro de la misma revista o el mismo segmento televisivo. El tamaño es otro concepto que posee mensajes dobles en la cultura estadounidense contemporánea. La idea de que "más grande es mejor" está validada por las ventas de SUVs (vehículo deportivo utilitario), bebidas de tamaño extra grande, y la comida en grandes cantidades en Wal-Mart.

A la inversa, modelos pequeños venden los beneficios de los programas de dieta y los regímenes para un buen estado físico diseñados para reducir las proporciones de la gente a una menor escala. En los años sesentas, Andy Warhol y otros artistas Pop iluminaron estas tendencias culturales a través del arte y de los procesos de creación artística.



**Hamburger, 1985-1986**

Acrílico sobre lienzo  
50 x 66 x 1 1/4 pulgadas (127 x 167.6 x 3.2 cm.)  
The Andy Warhol Museum, Pittsburgh

Founding Collection, Contribución de The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.

Warhol utilizó la propaganda de productos como fuente para sus pinturas a lo largo de su carrera, desde *Coca-Cola* y *Listerine* en los años sesentas, hasta *Hamburger* y *Double \$5/Weightlifter* en los años ochentas. Adoptó la sencillez, escala y cualidad gráfica de los carteles de propaganda en estas pinturas de la década de 1980. Por ejemplo, en *Hamburger*, Warhol combina la representación simbólica de una hamburguesa con el nombre del producto debajo de la imagen, como una tarjeta para alguien que está aprendiendo a leer. El uso del rojo y el amarillo en esta pintura parodian los colores de McDonalds y muestran una conciencia de la investigación perceptual que concluyó que una yuxtaposición cercana de estos dos colores induciría inconscientemente apetito en el espectador. Análogamente, la imagen del levantador de pesas se dirige al deseo de los estadounidenses de tener cuerpos bellos a un precio de ganga. Para conseguir los colores gráficos planos del mundo del mercadeo, Warhol utilizó un proyector opaco Beseler Vu-Lyte para agrandar la imagen de la hamburguesa que tomó como fuente. Copió la imagen proyectada en lápiz sobre un lienzo adherido a la pared. Después de copiar la imagen, Warhol pintó las líneas con colores simples.

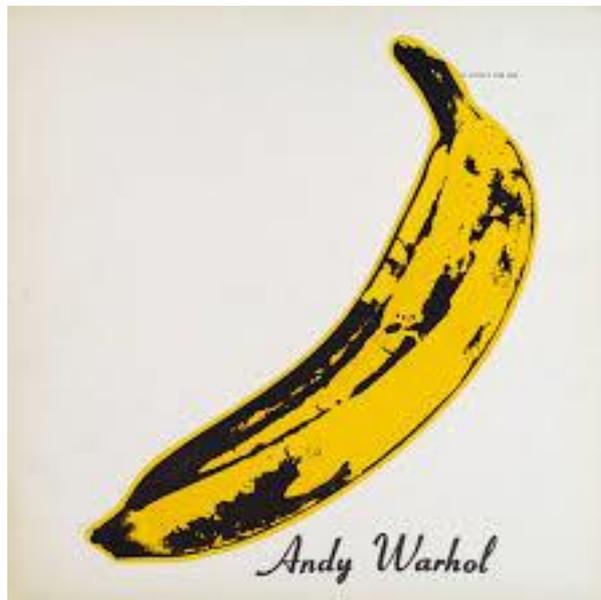
#### Puntos de vista:

**1**

*“En cuanto más conducíamos hacia el oeste, [hacia California, en el otoño de 1963], más Pop lucía todo en las*

*autopistas. Súbitamente, todos sentimos que pertenecíamos porque, aun cuando el Pop estaba en todas partes—eso era lo interesante, la mayoría de la gente aún lo daba por sentado, nos sentíamos deslumbrados por él—para nosotros, era el nuevo Arte. Cuando te “hacías” Pop, nunca podías ver un signo de la misma manera de nuevo.”*

**Andy Warhol, POPism, pp 39-40.**



**2**

*“¿Por qué reservan nuestros artistas una consideración especial por la bandera de la nación, los presidentes, las hamburguesas o las reinas del cine? ¿Son estos temas más valiosos que otros? No lo creo. . .se recurre a estos temas, no con el fin de honrarlos, sino para ilustrar que cualquier cosa puede ser un tema legítimo para el genio creativo del pintor y del escultor.”*

**G. Nordland**, curador de arte, *My Country 'Tis of Thee*, Catálogo de la exposición, Dwan Gallery, Los Angeles, 1962. (Sin paginación) tomado de *Pop Art, An International Perspective* p.35.

#### Preguntas para discusión:

1. ¿Cuál es el atractivo de ordenar algo de tamaño gigante? ¿Qué tipo de productos queremos comprar en un tamaño pequeño?
2. ¿Cómo cambia el tamaño el significado o valor de un objeto?
3. ¿Qué mensajes están comunicando estas pinturas? Compare y contraste los mensajes.
4. ¿Qué transmiten estas pinturas acerca de la cultura estadounidense?

“  
La idea no es vivir para siempre, es crear algo que sí lo haga”  
**Andy Warhol**