

El pop consiste en que gusten las cosas

Jonathan Flatley

Ahora mismo, estando como estoy inmerso en la preparación de un libro sobre la versión del pop que propugnó Andy Warhol lo que me gustaría, es proponer una visión general del planteamiento y los argumentos del libro y ver cómo funciona con unos cuantos ejemplos. De entrada, y a pesar del título omnicomprendivo de la charla de esta tarde, debo dejar bien claro que no haré ninguna afirmación sobre el arte pop en general, sino solo acerca de la versión del pop preconizada por Warhol. Naturalmente, Warhol es de manera casi innegable la figura central del pop, y cualquier teoría sobre el pop de Warhol debería ayudarnos a aclarar cómo queremos pensar el pop en términos más generales. Y no cabe duda de que se pueden decir algunas cosas en general a propósito del pop, o más en general aún a propósito de la ruptura con el expresionismo abstracto que supuso, que fue tan patente como tajante. Como apuntó el propio Warhol en las páginas iniciales de su *POPism*, Jasper Johns y Robert Rauschenberg habían «comenzado a recuperar el arte de la abstracción y de la introspección», sentando así las bases de la escena en la que «los artistas pop [...] iban a construir imágenes que todo el que caminase por Broadway era capaz de reconocer en menos de medio segundo: cómics, mesas de picnic, pantalones de caballero, retratos de famosos, cortinas de ducha, neveras, botellas de Coca-Cola, todos los grandes objetos de la modernidad que los expresionistas abstractos trataron de evitar a toda costa.» En cualquier caso, podemos volver a estas cuestiones de metacrítica, esto es, considerar si es útil o no hablar en función de tales movimientos, en el transcurso del debate. Tan solo pretendía decir que mis observaciones se limitan a Warhol, cuyo popismo es bastante específico y peculiar.

El libro que estoy escribiendo, y que se titula *Like*, explora la relación que existe entre las dos acepciones que tiene el término en inglés, entre *being like* (literalmente, «ser como»; «parecerse», «asemejarse») y *liking* («gustar», «apreciar»), en el contexto de la obra de Warhol. La idea central que lo anima es que el mayor de los talentos de Warhol no era otro que su capacidad de gustar, de apreciar las cosas, y que ese talento era más infrecuente, más raro incluso, más difícil de conceptualizar de lo que uno podría suponer: a fin de cuentas,

¿cómo es que a uno le llegan a gustar las cosas y las personas que terminan por gustarle? ¿En qué medida ejercemos la función de agente en nuestros gustos, dando al gusto la consistencia de un proyecto o de una tarea? Que Warhol sobresalió en el gusto, en el aprecio, es algo que resulta evidente al menos en numerosas observaciones puramente anecdóticas. Ronald Tavel, por ejemplo, es un escritor que colaboró con Warhol en varias películas, y que comentó que a menudo habían discutido incluso acaloradamente sobre si las películas tenían o no que resultar aburridas. El problema, según Tavel, era que Warhol no se aburría como el resto del mundo: siempre encontraba algo que le gustaba. Otro amigo del artista recuerda que una noche, volviendo a casa con Warhol, mientras esperaban a que se abriese un semáforo, Warhol levantó la mirada y dijo: «Los semáforos... son geniales.» En efecto, una de las respuestas habituales que daba Warhol a diversas preguntas a propósito de sus preferencias –por ejemplo, cuál era su pintor favorito, o su estrella del cine predilecta–, era esta: «Ah, pues la verdad es que me gustan todas. Todas son muy buenas.» Con esto no pretendo señalar las obsesivas prácticas de coleccionista que cultivó Warhol, su aprecio literal y material por los objetos en sí, asunto al cual he de volver más adelante. Como es natural, también hay que tener en cuenta la afirmación del propio Warhol en la conocida entrevista de 1963 con Gene Swenson, en la que dijo que el arte pop consistía en que gustaran las cosas.

Lo que quiero es contemplar el pop como una «forma de ver» que nos ayuda a apreciar los objetos, que incluso nos enseña a desarrollar y a ejercer la facultad del gusto. Esta forma de ver se caracteriza por la promoción y la proliferación de las semejanzas en distintos contextos y medios. En el caso de Warhol, afirmo, la capacidad de percibir la similitud es la condición de que exista la afiliación afectiva: sin la semejanza no hay aprecio, sin la similitud no hay gusto. Y la semejanza o la similitud, aquí, deben quedar bien diferenciadas de la igualdad, valga la paradoja, tanto en lo conceptual como en lo experimental. Se trata de un tercer término al margen de la dualidad identidad-diferencia. Como ya dijo Jean-Luc Nancy, «lo parecido no es lo mismo».

El proyecto del libro podría expresarse también en términos más propios de la historia del arte, empezando no por la capacidad aparente, proclamada por el propio Warhol, de que gusten los objetos, sino por una de las características formales que son fundamentales del pop warholiano, a saber, el énfasis que se hace en la similitud antes mencionada. Y antes de que sigamos adelante permítaseme concretar este aspecto con el ejemplo del uso de la repetición que hace Warhol y con su rechazo a la línea trazada a mano, optando primero por las plantillas, luego por los troqueles, y finalmente quedándose con las serigrafías de los cuadros del billete de dólar. El empleo de la repetición que hace Warhol nos muestra que no es la identidad lo que le interesa. Toda repetición en serie desestabiliza en sí misma la igualdad, produciendo por el contrario lo que Michel Foucault llama *semejanza*. En las últimas líneas de su breve ensayo sobre Magritte, Foucault apunta que «llegará un día en que la propia imagen con el nombre que lleva será desidentificada por la similitud indefinidamente transferida a lo largo de una serie. Campbell, Campbell, Campbell, Campbell.»¹ Cuando Warhol pinta los botes de sopa, no se propone «representarlos»; en este sentido, el cuadro no es referencial; no nos proporciona una ventana que da al mundo. No se trata de un cuadro «de» doscientos botes de sopa Campbell. Antes bien, Warhol simula mecánicamente la imagen del bote basándose en un modelo. Así como la re-presentación indica que el objeto no está presente, no está ahí, y niega por tanto el objeto representado, la simulación entraña un esfuerzo reiterado por ser semejante a su modelo. Por más que, como es el caso de lo expuesto por Foucault, la repetición desestabilice la identidad, Warhol parece haberse mostrado a favor de la técnica de la serigrafía precisamente por los errores y las irregularidades que surgen en el proceso –en el que las diferencias son accidentales–, en parte porque hace hincapié en la similitud, en la no identidad de las imágenes. O, como dijo el propio Warhol en una entrevista, «me gustaba la manera en que la repetición iba transformando una misma imagen».

Abundan otros ejemplos del interés de Warhol por la semejanza: su afecto por los malos actores, su interés por coleccionar diversas clases de objetos, sus miles de fotos, o bien sus cuadros de camuflaje de la última etapa, todos los cuales destacan, de algún modo, este otro sentido de la mimesis –la mezcla, la semejanza, la imitación–, por oposición a la mimesis de la representación, como sería el caso del paisaje. De nada serviría llevar uniformes en los que se hubieran pintado paisajes.

Cuando uno repara en este interés persistente por una mimesis que nada tiene que ver con la igualdad, es inevitable preguntarse cuál es la motivación de este principio formal.

Y sospecho que se entiende productivamente como una estrategia, motivada por el deseo de imaginarnos cómo nos pueden gustar las cosas, unida al intento por lograr que a otras personas también les gusten.

El truco, y lo más divertido, está en pensar cómo están relacionados la semejanza (*likeness*) y el gusto (*liking*), cómo una habilita al otro. Y aquí el punto de partida indispensable de la conversación tiene que ser la entrevista que dio Warhol en 1963 sobre el arte pop:

Warhol: No sé quién dijo que Brecht deseaba que todo el mundo pensara igual. Yo quiero que todo el mundo, que cualquier persona, piense igual que cualquier otra. Brecht quería conseguir esto con el comunismo, al menos en cierto modo. Rusia lo lleva a cabo por medio de su gobierno. Esto es algo que también sucede aquí por sí solo, sin estar sujeto a un gobierno estricto; así pues, si funciona sin intentarlo siquiera, ¿por qué no va a funcionar sin ser comunistas? Todo el mundo piensa y actúa igual, y por ese camino aún seguimos avanzando. Creo que todo el mundo debería ser una máquina. Creo que cualquiera debería ser igual a cualquier otro.

Swenson: ¿En eso consiste el arte pop?

Warhol: Sí. Se trata de que gusten las cosas.

Swenson: ¿Y que gusten las cosas es como ser una máquina?

Warhol: Sí, porque en ese caso uno hace siempre lo mismo. Se hace lo mismo una y otra vez.²

Con su característica ingenuidad, con la que parece insinuar que no está diciendo nada realmente complicado, Warhol (con ayuda de Swenson) juega en este momento con los significados múltiples de *like*, *alike* y *liking*, es decir, «igual a», «semejante» y «gustar». Los términos oscilan entre el adjetivo o el adverbio, sea *like* o sea *alike*, que dan a entender que existe una semejanza entre las cosas, una similitud, un parecido, una emulación o imitación de una por la otra (así, pensar, tener la apariencia y actuar de manera semejante, o incluso igual), y la forma verbal de *like*, que suele denotar formas de adhesión emocional como son el interés, el deseo, el hallar placer en algo («creo que cualquiera debería gustar a los demás»: el arte pop consiste en que gusten las cosas). En inglés, la existencia de esta homografía –una misma palabra que significa cosas distintas– da a entender que existe un vínculo elemental, una antigua conexión inscrita en el lenguaje mismo, entre el apego emocional, o la atracción, y la imitación.

Se insinúa mediante una cadena de asociaciones (todo el mundo es igual, todo el mundo es una máquina, todo el mundo gusta a todo el mundo) que ser como otro, parecido a otro, constituye de alguna manera el escenario del aprecio; para que nos guste alguien o algo, hemos de ser capaces de percibir la semejanza en la base de la conexión. El aprecio (*liking*) es como el parecido (*being alike*). Y el pop consiste en que gusten las cosas, lo cual es «como ser una máquina», porque se trata de hacer lo mismo en todo momento. Aquí entra en escena la repetición con una especie de promesa que a su vez sirve de explicación: la repetición, afirma Warhol, que podríamos considerar una producción de semejanzas, es como el aprecio. (Claro está que la máquina en calidad de vínculo de conexión que aúna una cosa y otra también es indicativa.) Vale la pena reparar también en que la conversación es como una imitación que hace Warhol de Brecht (y bastante mala, por así decir), en la que Brecht desea que la gente piense igual, lo cual lleva a Warhol a pensar como Brecht en su deseo de que la gente piense igual.

En su *Filosofía*, al desarrollar esta conexión entre el gusto y la semejanza, Warhol observó que «cuando uno quiere ser como algo, significa que verdaderamente le gusta». Para Warhol, deseo e imitación forman parte de un mismo proceso. Y aquí, con el desplazamiento hacia el discurso de la imitación y el deseo, entramos en un terreno más teorizado, mejor recorrido y cartografiado al menos: la teoría estética, la psicología y el psicoanálisis, desde Aristóteles, y pasando por Freud, hasta la psicología infantil, y también los recientes trabajos de la neurología sobre las llamadas neuronas espejo, son disciplinas que se han ocupado de las relaciones entre deseo e imitación, sea del modo que sea.

La negativa de Warhol a la hora de aceptar la distinción entre deseo (poseer al otro) e identificación (ser el otro) adquiere una capa adicional de sentido cuando recordamos que es central en las teorías psicoanalíticas (y de otra índole) de la sexualidad. «Para Freud –escribe Diana Fuss–, el deseo de un sexo se garantiza siempre por medio de la identificación con el otro sexo; desear a una persona e identificarse con ella al mismo tiempo es, según este modelo, una imposibilidad teórica.» Esto, sigue explicando Fuss, «le permite teorizar el deseo homosexual como una contradicción inherente, puesto que el deseo solo puede tender al otro, y nunca al mismo». Sin embargo, en contra de Freud (y de otros como René Girard, teórico del deseo mimético en la novela), la «imposibilidad teórica» en el caso de Warhol vendría a ser un modo de apego emocional que excluyera el deseo de ser como el otro. El énfasis que hace Warhol en la conexión entre ser semejante y tener aprecio ha de entenderse como un esfuerzo por incorporar una concepción de la atracción sexual y la

afiliación emocional *queer*, es decir, una concepción que aspira a ir más allá de la distinción homosexual (el amor por lo mismo) y heterosexual (el amor por lo diferente).

Warhol se muestra explícito a propósito de la manera en la que ser «semejante» sustituye el modelo dual de *ser/tener* en un pasaje tomado de la sección titulada «Amor» de su *Filosofía*, que nos remite, tras un rodeo, a sus cuadros:

Si vemos a una persona que recuerda, que verdaderamente parece nuestra fantasía de adolescente, y la vemos andando por la calle, seguramente no es esa fantasía nuestra, sino alguien que tuvo la misma fantasía que nosotros y decidió, en vez de conseguirla, en vez de serla, semejarla, parecerla, de modo que fue a una tienda y se proveyó del *look* que tanto a esa persona como a nosotros nos gusta. Así que mejor olvidarlo. Baste pensar en todos los James Dean que hay por ahí y en lo que eso significa.

La persona que nos gusta, observa Warhol, ya es como nosotros: de hecho, esa es la razón de que nos guste, aun cuando no lo sepamos. Tanto esa persona como nosotros hemos interiorizado melancólicamente el objeto de una antigua fantasía, aunque por medio de estrategias algo divergentes: nosotros (convencidos de haber visto por la calle a nuestra fantasía adolescente encarnada) tenemos la imagen nostálgicamente inscrita en tanto objeto interiorizado, disponible a modo de referencia, cuando vamos a ligar con quien sea; el tío que parece esa viva imagen ha conservado su adhesión a la fantasía y la ha mantenido viva al modelarse de acuerdo con ella. Ambos procesos comportan una emulación mimética que es una respuesta a una experiencia de pérdida. Todos emulamos aquello de lo que carecemos. Como ya dijera Lacan, «aquello que no somos capaces de mantener fuera pasa a formar una imagen que mantenemos viva dentro».

(En cierto modo, la capacidad de pensar que algo es imitable equivale a imaginarlo muerto, desaparecido, ausente, necesitado de memorización. Este es un hecho sobre el que Warhol llamó la atención en repetidas ocasiones, como por ejemplo en su temprano dibujo de James Dean o al pintar a Marilyn después de su muerte, etc.)

El primer objeto que mantenemos vivo de esta forma en nuestro interior –por ser más bien la primera persona que perdemos en calidad de objeto– es quien primero ha cuidado de

nosotros (paradigmáticamente, la madre). Nuestra incorporación melancólica de la persona que ha cuidado de nosotros es precisamente lo que nos permite mantener con vida el vínculo emocional en su ausencia, de alguien de quien depende, al fin y al cabo, nuestra propia supervivencia. Esto nos permite tolerar la ausencia de quien nos cuida, así como reconocerlo cuando regresa. El «yo» es a un tiempo instrumento y creación de esa incorporación imitativa: tan solo necesitamos un «yo» con el fin de afrontar la ausencia traumática de esta forma originaria de relacionarse que está en la base misma de nuestro ser. A partir de esta dinámica emerge el proceso en el que el hecho de que otro nos guste –por volver al lenguaje de Warhol en la entrevista con Swenson– depende de nuestra capacidad de «asemearnos» al otro, de haber creado una imagen del otro en nuestro interior, de haberlo incorporado a «nosotros». Para que alguien nos guste, necesitamos pensar en nosotros y considerarnos «semejantes» a esa otra persona, de un modo u otro, para que así nos resulte imitable. Este es un proceso que exige cierto talento para reparar en las semejanzas, para priorizarlas; una habilidad que es evidentemente innata en todos nosotros, pero que a menudo se deteriora de manera considerable.

Por eso, cuando Warhol afirma «que mejor olvidarlo» hablando del muchacho atractivo al que nos hemos encontrado en la calle y que creíamos que podría ser nuestra fantasía, no quiere decir que no debemos abordarlo. Lo que necesitamos olvidar es la idea de que uno podrá algún día conseguir su objeto de fantasía, que llegará a serlo, porque uno nunca «es» un sujeto si no dispone de un objeto interiorizado, el que sea, que se ha propuesto imitar, y no existe un deseo que no sea réplica de una imagen de fantasía que hemos llevado dentro de nosotros a todas partes. «Conseguir» nuestra fantasía supondría el fin del deseo y de la propia capacidad de relación.

Ese olvido, ese desapego, puede resultar más difícil de lo que uno piensa, ya que exige que uno rehuya de un modo u otro las muchas instituciones y discursos que nos animan a pensar y a sentir en términos bien de identidad o bien de diferencia. Además del deseo de ser y del deseo de encontrar una oposición (inherente en los discursos normativos del deseo, o en muchos de ellos), o de la oposición entre lo hétero y lo homo, la lógica misma, como le gustaba decir a Nietzsche, suprime las similitudes porque exige «que tratemos como igual lo que tan solo es similar» (en un gesto que, nos recuerda, constituye «una tendencia ilógica, puesto que nada es realmente igual»). El criterio universal de equivalencia que establece el dinero es, así pues, solamente «lógico», como lo es la valoración compensatoria de lo «genuino» y lo

«auténtico». La ideología emparentada con esto, la que sostiene que deberíamos ser independientes, dueños de nosotros mismos, individuos dotados de voluntad propia (una versión de lo cual se encuentra en el modo en que se prima la originalidad en el mundo del arte), desdén la imitación por ser mero síntoma de debilidad y de dependencia. Esta es una de las razones por las que, como apuntó Warhol, «quienes más hablan de la individualidad son quienes más se oponen a todo desvío». A comienzos de los sesenta, esta retórica de la individualidad funcionó también como piedra fundacional de la ideología inherente a la Guerra Fría, que proponía la individualidad y la diferencia estadounidenses frente a la homogeneidad soviética, una oposición que fue objeto explícito de la observación de Warhol en la entrevista con Swenson: esto es, que en Estados Unidos la gente es tan semejante entre sí como lo es en la Unión Soviética. Cuando Warhol dice que entiende que «a cualquiera debería gustarle cualquier otro», en noviembre de 1963, la mayoría de los lectores debió de interpretar que estaba expresando un deseo en relación con las violentas formas de desagrado (*dislike*) que rodeaban todo lo relacionado con el movimiento en favor de los derechos civiles. En 1963 estas protestas habían tenido una gran publicidad a raíz de acontecimientos como la violencia policial contra los manifestantes de Birmingham (fotos de los cuales utilizó Warhol en sus cuadros de *Disturbios raciales*, 1963-1964) y la Marcha sobre Washington, cuando Martin Luther King hizo su célebre discurso «Tengo un sueño». Las categorías de la diferencia racial –a través de las cuales las similitudes se articulan solo con un trabajo considerable– desempeñaron, como es lógico, un papel crucial en la legitimación de esta violencia.

¿Qué es lo que hace Warhol cuando coloca imágenes –como las de disturbios raciales– de violencia, imágenes que dan miedo, imágenes repugnantes, en su máquina de la similitud? Nos recuerda nuestra capacidad de reparar en lo parecido, nuestro consumo compartido de estas imágenes, así como nuestro común sometimiento a ellas, aun cuando ese consumo y ese sometimiento funcionen de manera muy diferente, en función de cuál sea el grupo de color al que uno pertenece. No estoy del todo convencido de que el enfoque de Warhol dé cuenta de todo esto, en el sentido de que se trata de una similitud que no necesita ser destacada en el caso de los afroamericanos, pero sí, sin duda, en la exposición y la denuncia de la supremacía blanca, de su violencia. Asimismo, se hace hincapié en los fracasos de la identificación, en sus impurezas.

La respuesta de Warhol ante el omnipresente y agresivo realce ideológico de la diferencia inconmensurable consistió en recordarnos nuestra capacidad de percibir y producir seme-

janzas. El pop de Warhol se propuso hacerlo «no tanto mostrando las similitudes halladas, como duplicando los procesos que generan esas similitudes».

Tanto en los cuadros de los disturbios raciales como en los retratos de famosos, todos los temas se someten al mismo proceso. Este nunca sirvió para hacer copias perfectas, ya que contenía errores inherentes al proceso. Los retratos de los personajes célebres no son representaciones de Natalie Word, Warren Beatty o Marilyn Monroe, sino interpretaciones de intentos sucesivos, múltiples, de ser como una Marilyn Monroe modélica o un Elvis Presley modélico, alegorías que interiorizamos melancólicamente con el consumo de su apariencia. Al igual que las serigrafías desdibujadas o borrosas de Marilyn o de Elvis, nuestra propia subjetividad es el resultado de simulaciones repetidas, melancólicas, imperfectas (el precipitado, por así decir, de nuestras pérdidas.) Nuestra singularidad proviene no de una determinada esencia interior, sino de la calidad de nuestros defectos y errores, así como de la acumulación y yuxtaposición de los mismos, de los puntos en los que no hemos sabido imitar a nuestros modelos, en los que se segregó demasiada tinta o en los que la presión aplicada no fue del todo uniforme. Cada uno de nosotros ha interiorizado a una Marilyn, un Warren, una Liz, un Troy o un James Dean ligeramente distintos, un modelo que, cada vez que recurrimos a él, produce más imperfecciones e intersticios, desestabilizando en cada ocasión la identidad.

Como ya dije antes, Warhol asumió con entusiasmo modos de interpretación que subrayaban su propia falta de autenticidad, que escenificaban el fracaso de «ser» una identidad en una suerte de manifestación de simpatía por «todos los desdichados del mundo que no encajaran en papeles arquetípicos, en clichés». Esta es la razón por la que Warhol «solo acertaba a entender a los intérpretes amateur o a los intérpretes realmente malos», prefiriendo «a la persona menos adecuada para el papel», puesto que «nadie resulta completamente idóneo para ningún papel, porque un papel es falsificación y nunca es real». Los malos intérpretes nos permiten identificarnos con ellos (en la medida en que también nosotros somos malos actores) en vez de sentirnos mal por nuestros fracasos y nuestra incapacidad para encajar en los papeles arquetípicos.

Así como estamos formados por procesos imitativos, también nuestras semejanzas son siempre repetición de semejanzas pasadas –o «transferencias», como las llamaba Freud–, de atracciones antiguas, de lazos emocionales tendidos con un objeto del presente. El nuevo

objeto solo necesita verse como algo en cierto modo similar al antiguo, y la similitud puede ser incluso muy sutil. En este sentido, las emociones nunca se producen por primera vez. Siempre se presentan como lo que Freud llamaba «nuevas ediciones o facsímiles» de los viejos lazos emocionales. Todos y cada uno de nosotros nos remontamos inagotablemente a la Marilyn o al Elvis modélicos (que en sí mismos son, cómo no, repeticiones de «imágenes» anteriores de nuestros padres) y los reimprimimos sobre un material nuevo. El hecho de que en nuestra sociedad mediática haya tantas personas que repiten los mismos modelos significa que por ahí tiene que haber quienes parezcan realmente nuestra fantasía, y que probablemente a algunos les vaya a gustar también la semejanza, la apariencia, que nosotros hayamos adquirido.

Lo que a todos nos hace «parecer iguales y actuar del mismo modo» es, por tanto, una relación compartida y una confianza plena en el consumo (ir «a una tienda y [adquirir] la imagen que os guste a ambos») que repite la estructura básica (y melancólica) de la relación humana, ofreciendo una y otra vez la promesa de ser el objeto que uno no pudo conseguir ni ser. No obstante, así como para Girard el hecho de que todos tengamos los mismos objetos de deseo solo sirve de acicate para desencadenar la naturaleza competitiva del deseo mimético (todos procuramos tener y ser tanto o más que el vecino), para Warhol, si somos capaces de olvidar las fantasías del ser y del tener (y es una condición más que considerable), nuestra similitud, producida por la cultura masificada, nos facilita imaginar la imitación y, por ende, gustarnos unos a los otros. «Un ser semejante –escribe Jean-Luc Nancy– se me parece en la medida en que yo me *parezco* a él: por decirlo de alguna forma, nos *parecemos* o nos *semejamos* juntos.»

Desde un determinado punto de vista, todo esto comporta ciertas posibilidades utópicas, que son las que resume con acierto Suzy Stanton, estudiante de Bennington, cuando caracteriza a Warhol a propósito de sus botes de sopa Campbell: «Me encanta la sopa, y me encanta que a otros les encante la sopa, porque de ese modo todos podemos disfrutarla juntos y podemos querernos los unos a los otros.» (A Warhol le gustó tanto el trabajo de Stanton que lo reimprimió en las invitaciones para la inauguración de su exposición de 1962 en la Stable Gallery.)

Semejante concepto podría resultar hoy más bien ingenuo, pero lo cierto es que describe con exactitud, aun pecando de excesivo optimismo, una de las estructuras del sentimiento

que dio respaldo a los movimientos sociales de los años sesenta. Muchas de aquellas primeras luchas del movimiento a favor de los derechos civiles –por ejemplo, en los mostradores de los restaurantes, para que se atendiera por igual a cualquier ciudadano– tenían su eje en la afirmación de la similitud frente a cualquier negación de la misma, y se hacía precisamente en lugares de consumo. El movimiento antibelicista y las contraculturas que lo rodearon se formaron con la incorporación compartida de «una forma de expresión popular mediatizada por el mercado (la música rock), influido por los sentimientos de rebeldía de la clase trabajadora y de la población oprimida, en especial los afroamericanos». Hasta cierto punto, estas fueron las semejanzas que cobraron existencia y alcanzaron relevancia en la cultura de masas que dio lugar a los ambientes de los años sesenta, en los que, como dijo Warhol, «todos empezaron a tener interés por todos».

Una de las formas de resumir el gesto pop elemental sería decir que a Warhol le interesa hacer algo –un objeto de percepción cualquiera– que sea imitable, que de hecho ya ha sido imitado, que existe dentro de una cadena de similitudes, mediante la demostración o la creación de un campo de similitudes, sometiendo algo a los procesos que generan similitud. Este gesto es especialmente evidente en la actividad de coleccionista desarrollada por Warhol, en la que el gusto que uno tiene por aquellas cosas que colecciona guarda una relación directa y depende de su inclusión en un campo de similitudes, como es la propia colección en sí.

La energía y la intensidad del interés de Warhol son notables y sorprendentes. Como se demuestra en los seis volúmenes que forman los *Catálogos de la Colección Andy Warhol* editados por Sotheby, la cantidad, el espectro y la diversidad de los objetos que coleccionó Warhol son sencillamente impresionantes: bustos, baratijas de mercadillo, esteras y alfombras de los indios navajos, mobiliario Hoffman, juegos de té, además de pintura norteamericana tanto primitiva como contemporánea y pintura modernista europea, mobiliario antiguo de diversos periodos, piezas de porcelana, relojes, joyas y bisutería, tarros de cerámica de Russel Wright y vajilla Fiestaware. La vivienda que tenía en la ciudad rebosaba de objetos de sus colecciones cuando murió. Por lo visto, según han comentado Vito Giallo (uno de los primeros ayudantes que tuvo Warhol en su estudio, y que con el tiempo se convirtió en anticuario), Jed Johnson (el novio de Warhol que más tiempo convivió con él) y otros, Warhol salía a comprar objetos que añadía a sus colecciones prácticamente a diario.³ Fred Hughes (amigo y gerente de Warhol) apunta que había gastado más de un millón de dólares al año solamente en subastas.⁴

Warhol adquiriría no solo objetos «coleccionables» (es decir, objetos que otras personas también coleccionaban, creando de ese modo un mercado), sino también una amplia gama de objetos que a nadie más interesaban. Hay más de seiscientas *cápsulas temporales*, las cajas que Warhol continuamente llenaba con los residuos de su vida cotidiana, desde el correo y las revistas hasta las invitaciones, la pornografía, las pizzas a medio comer y las entradas de los cines a los que iba. Por otra parte, se encuentran las cintas de las conversaciones cotidianas que Warhol grababa en su magnetófono, al cual llamaba «su esposa», que arrancan en 1964 y se prolongan hasta su muerte, con lo que se dispone de bastante más de diez mil horas de grabaciones de audio. Y luego están los millares de fotografías de genitales masculinos que Warhol afirma haber tomado (aunque podría ser una exageración), y que forman uno de los muchos subconjuntos de las 66.000 fotografías que Warhol dejó al morir.⁵ En resumidas cuentas, uno empieza a hacerse una idea precisa de que Warhol quiso tener una relación de coleccionista con casi todos los objetos de su percepción, como si fuera una cuestión de principios.

Las conexiones y las correspondencias que existen entre las prácticas de coleccionista desarrolladas por Warhol y su arte son múltiples. Por ejemplo, desde el punto de vista de las colecciones fotográficas, toda su obra parece más bien el residuo de un impulso coleccionista.⁶ En ellas se ven las imágenes que inspiraron los cuadros más conocidos de Warhol: fotografías de prensa con accidentes de automóvil y suicidas, el folleto del FBI titulado *Thirteen Most Wanted Men*, e innumerables fotos de famosos, entre las que se hallaban docenas de fotos publicitarias de Marilyn Monroe. Dicho de otro modo, el arte de la apropiación que desarrolla Warhol requería la práctica manifiesta del coleccionismo. Sin embargo, esto no significa que uno deba contemplar las colecciones de Warhol como si fuesen el «material originario» de sus cuadros. Son más bien, en un sentido muy real, el *modelo* en que se basa el arte de Warhol.

En este sentido, es posible recurrir a Walter Benjamin, uno de los mejores teóricos del coleccionismo que han existido. Dice Benjamin que «se puede empezar por el hecho de que el auténtico coleccionista desgaja el objeto de sus relaciones funcionales originales».⁷ El objeto coleccionado es un objeto que no se utiliza: su propósito no consiste en ser un medio al servicio de un determinado fin, sino que ha de existir dentro de la colección y ha de ampliarla. En la colección, como señala Benjamin, el objeto ingresa «en la relación más estrecha que sea posible concebir con el resto de objetos de su misma especie».⁸ El coleccionista siempre acu-

mula objetos que son similares entre sí de un modo u otro: objetos procedentes de un mismo periodo histórico, creados o diseñados por la misma persona o, de un modo más abstracto, objetos de la misma «clase», como serían las fotografías de genitales masculinos, los relojes de pulsera y los tarros de cerámica. Enmarcarlos en una colección es en realidad una manera de fomentar que uno repare en las conexiones que se crean (y, en este sentido, es importante a qué colección se destina un objeto determinado, es decir, si un juego de té va a parar a la colección de piezas de cerámica *art déco* o bien a la colección de juegos de té, etc.). Este mundo de semejanzas abre nuevas posibilidades para apreciar la diferencia o, con mayor exactitud, la variación. Una antigua *superstar* warholiana, Ultra Violet, describe el interés de Warhol por su amplísima colección de genitales masculinos:⁹ «Le deleitaba el hecho de que todos los órganos corporales variaban en cuanto a forma, textura y color, de un individuo al otro. Así como un torso o un rostro cuentan una historia distinta de otro torso y de otro rostro, también se da el caso de que un pene o un culo cuentan una historia diferente de la que cuenta cualquier otro.»¹⁰ Fuera del espacio de la semejanza, un pene solo significa «un pene», es decir, no hace referencia a nada que no sea un pene. En cambio, si se pone en relación con otros penes, emerge la especificidad, la «historia» de cada uno de ellos.

Hay un modo en el que la práctica totalidad de la obra de Warhol halla motivación en un interés análogo a la especie de traducción que opera en el coleccionismo, traducción entre una esfera de uso (o exhibición) y una esfera de similitud. Benjamin señaló que «es una naturaleza diferente la que habla a la cámara con respecto a la que habla al ojo humano». Warhol parece haber sentido atracción por el hecho de que existen muchas «naturalezas distintas»: no solo es diferente la naturaleza que habla a la cámara fotográfica, sino que también lo es la que habla a la cámara cinematográfica, y vuelve a ser diferente la que aparece en televisión, como es diferente el rostro mediatizado por la fama, o la voz que habla ante el magnetófono y la que lo hace ante otras personas. Warhol tenía una curiosidad inagotable para ver qué sucedía cuando algo se traducía de una «naturaleza» a otra. Este es uno de los atractivos propios de la máquina, de ser una máquina; era una forma de traducir los objetos de percepción a diversos campos de similitud. Todas las fotografías son iguales.

En términos más especulativos, podemos considerar que la manera como los objetos de percepción se traducen en otros modos recuerda uno de los mecanismos elementales del contacto emocional: en su estudio titulado *The Interpersonal World of the Infant*, Stern examina cómo la capacidad de relación que tiene el niño pequeño depende de la capacidad que a su

vez tengan los padres de forjar lo que Stern denomina «afinamiento afectivo».¹¹ Es interesante que, a su entender, los padres logren este afinamiento desarrollando «un comportamiento que no es una imitación estricta, pero que, a pesar de todo, se corresponde de alguna manera con el propio comportamiento del niño».¹² Así, por ejemplo, en un caso «el nivel de intensidad y la duración de la voz de la niña encuentra correspondencia en los movimientos corporales de la madre». En otro caso, «los gestos que hace un niño con el brazo hallan correspondencia en las inflexiones de la voz materna».¹³ Dicho de otro modo, la madre entabla una actividad que no es idéntica a la del bebé, pero que sí es similar. Como sucede en los ejemplos que acabo de exponer, esa no identidad se define mediante una traducción entre los modos sensoriales, entre el sonido y el movimiento, o viceversa, a menudo mediante características «amodales» como son la intensidad, la forma y el ritmo. Así las cosas, escribe Stern, «lo que se equipara no es el comportamiento del otro por sí mismo, sino un determinado aspecto de ese comportamiento, que es reflejo del estado anímico de la persona».

La investigación de Stern también sugiere que los estados o experiencias afectivos son en cierto modo original o fundamentalmente comunes. Uno de los aspectos más sorprendentes de las interacciones que observó es que mientras el bebé no parecía reparar en los comportamientos de afinamiento que se daban por parte de la madre, cuando la madre ponía bruscamente fin a estos comportamientos, o actuaba de una manera que no se correspondía, por medio de desajustes de la intensidad o el ritmo, el bebé interrumpía su actividad, a menudo dando muestras de confusión o incertidumbre. El camino que aquí ofrece menor resistencia consiste en experimentar un estado afectivo con otra persona. Es como si los afectos que se tienen dependieran de que alguien los comparta con nosotros; sin esa participación, el bebé pone fin a su implicación en un determinado comportamiento, porque no está seguro de cómo ha de continuar.

Por tanto, en su coleccionismo compulsivo a todas horas, en su dedicación a fotografiar, grabar y filmar, Warhol quizás estuviera procurándose la sensación de que sus experiencias eran imitables, de que pasaban de un modo específico a otro, creando así una sensación de comunidad para sí mismo. Podría ser el caso, de hecho, de que fuera este el factor que le dotaba de la capacidad de tener emociones.

Y en este punto pasaré al último de mis ejemplos: que sea diferente la naturaleza que hablaba a la cámara de la que hablaba al ojo es una de las razones por las que Warhol

realizaba pruebas de pantalla: «El magnetismo filmico es algo secreto. Si uno pudiera averiguar en qué consiste, y cómo se produce, podría confeccionar un producto realmente bueno para vender. Pero es algo que no se sabe si alguien posee hasta que no se le ha visto en pantalla.»¹⁴ El placer del momento de la adquisición es análogo al placer de ver cómo ha salido una prueba de pantalla; así como uno comprueba qué tal «da» una cara determinada en pantalla (en relación con todas las demás caras que se han sometido a pruebas de pantalla), también ve qué tal «da» un tarro de cerámica o una alfombra de los navajos en comparación con todos las demás. Las pruebas de pantalla tienen que ser, sin duda, uno de sus proyectos de coleccionista más interesantes.

Entre 1964 y 1966 Warhol hizo 472 breves retratos cinematográficos de otros tantos individuos. Como casi todas sus películas de la primera etapa, se rodaron a la velocidad de las películas sonoras (24 fotogramas por segundo), pero se proyectaban a la velocidad de las películas mudas (16 fotogramas por segundo), con lo que los rollos, de tres minutos de duración, llegaban a cuatro minutos durante su proyección. Así se crea lo que se podría considerar un efecto menor, de cámara lenta, aunque en realidad resulte una muy significativa desfamiliarización. Las tomas se rodaron en la Silver Factory de Warhol, su segundo estudio durante los años del pop. Callie Angell sostiene que se basaban en formas estandarizadas del retrato fotográfico –la foto de carné o el retrato de fotomatón–, y que como tales se plegaban a un conjunto similar de reglas básicas: la cámara no debía moverse, el fondo debía ser plano, el sujeto del retrato, bien iluminado y centrado, y además debía permanecer con la vista al frente y tan inmóvil como le fuera posible, sin hablar, sonreír o siquiera parpadear.¹⁵ Estas constricciones dan lugar a uno de los dramas centrales de las pruebas de pantalla: contemplar cómo cada modelo afronta el problema que le supone el adoptar una pose. Como señaló una de las personas que posaron para Warhol, es inevitable que en el transcurso de esos tres minutos el rostro termine por desintegrarse. En una de las pruebas más espectaculares, Anne Buchanan logró no parpadear, aunque empezaron a llorarle los ojos a mitad de la prueba. Otros permanecían quietos, pero el parpadeo eventual produce un extraño efecto, como si uno estuviera viendo una fotografía que de pronto parpadea.¹⁶ En ese despliegue de rostros que se desintegran, las pruebas de pantalla muestran que nadie es capaz de estar a la altura de su propia identidad, que el hecho de que uno sea quien es no pasa de ser, en el fondo, más que una serie de imitaciones que casi siempre terminan por fracasar, por lo que no es uno idéntico a sí mismo, sino que más bien es un campo de similitudes.

Las pruebas tienen un interés estético tanto en el plano individual de cada una de las películas, en lo que se refiere a las experiencias que suscitan, como en su condición de proyecto total, aunque también revisten un interés sociológico. Más o menos documentan a las personas que pasaron por la Factory de Warhol durante esa época: poetas, artistas, escritores, cineastas, músicos, bailarines, modelos, drogadictos chalados, reironas de opereta, estudiantes de Harvard, prostitutas callejeras, coleccionistas de arte bastante adinerados y todo el grupo de gente que rondaba por la Factory más o menos a diario, en un momento u otro de este periodo (entre los asiduos de la Factory hay varias personas que se negaron de manera llamativa a prestarse a la correspondiente prueba de pantalla).

En su libro titulado *Factory Made*, Steven Watson ha abordado el problema de la producción warholiana en términos sociológicos, desde el punto de vista de la propia Factory en tanto particular forma de comunidad o colectividad, preguntándose por la constitución y cohesión de la Factory como grupo social. Con ello ha trazado un interesante mapa de los grupos que circulaban por la Factory.

Watson no teoriza sobre la naturaleza de esta colectividad y se limita a describirla. Sin embargo, hay ahí muchísima información fragmentaria e interesante. Entiendo que el enfoque que adopta y las preguntas que formula son en esencia los mismos que me importa abordar en relación con las pruebas de pantalla y esa noción de similitud, esto es: qué clase de colectivo es el que se forma en la Factory, qué clase de producción fomenta, qué papel desempeña Warhol y cómo se constituye el grupo. Las pruebas de pantalla pueden ser una de las formas –junto con el resto de las películas de Warhol– con las que el grupo se representa a sus propios ojos.

El modo en que los grupos se representan a sus propios ojos, y la imagen que de sí tienen para su consumo, ha sido desde hace tiempo un problema crucial en las teorías de la afirmación colectiva. Lenin, por ejemplo, resolvió el problema al proponer que una de las tareas principales del Partido Comunista, tal como Lenin lo entendía, debía ser la de representar a la clase trabajadora ante sí misma.

Las pruebas de pantalla de Warhol llevan a cabo una desestabilización de la identidad que no es muy distinta de la que se produce en las serigrafías en serie, aunque se lleve a cabo

más por medio de la duración que por medio de la repetición. Las pruebas nos permiten mirar atentamente un rostro durante bastante tiempo (la sensación no es distinta de la que se tiene cuando uno va sentado frente a otra persona en el metro), pero sin la posibilidad de que el otro nos mire, nos devuelva la mirada; es decir, sin que se nos haga ninguna exigencia emocional. Así se promueve una especie de relajamiento, una observación libre, en flotación, en la que una versión de la facultad mimética puede despertar de nuevo, y se produce un estado de ensueño en el que comenzamos a pensar sobre la apariencia de ese rostro. Como cuando uno mira a las nubes, las formas entran y salen del círculo de la legibilidad, y proliferan las similitudes.

En este contexto querría mencionar una de las series concretas de *Screen Test*, la titulada «Six Months». Aquí la idea de Warhol consistió en hacer pruebas a diario al novio que tenía por entonces (Philip Fagan), para registrar el paso del tiempo. Por desgracia, rompieron sus relaciones al cabo de tres meses y el proyecto quedó truncado. Una de las cosas que se perciben al mirar las instantáneas de la serie «Six Months» en conjunto es lo similares que son, en su apariencia, a una serigrafía como *Troy*. En «Six Months», no obstante, el efecto se consigue no mediante los manchurroneos de pintura, ni desdibujando los contornos, sino por medio de los cambios de la iluminación, del peinado, de la pose. El resultado es la multiplicación de una serie de semejanzas de una sola persona, que nos permite concebir el sujeto «individual» también como una colección, como alguien que no es que contenga multitudes, sino que es en sí multitudinario. Al mismo tiempo, crea un cierto «efecto estelar» al reproducir al novio en varios papeles estelares, con las diversas versiones de él mismo que otros muchos fans han incorporado. Warhol, al parecer, pretendía que proliferasen las semejanzas a su alrededor, como si así encontrase un aditamento que le sirviera de ayuda en sus propios gustos.

A modo de conclusión, por consiguiente, me gustaría proponer la idea de que las pruebas de pantalla modelaron un modo de afiliación o de colectividad basado no en la «identidad», sino en la semejanza, que se inspira en las técnicas de los medios de comunicación al tiempo que las democratiza y las pervierte, delimitando el espacio así creado como un espacio «alternativo», aunque no por ello sea un espacio cerrado, ni de difícil acceso. A fin de cuentas, Warhol pensaba que «a cualquiera debería gustarle cualquier otro», lo cual resulta ser, al final, una cuestión de reparar en las similitudes o, en su defecto, de producirlas.

1. Michel Foucault: *This is not a Pipe*. Berkeley: University of California Press, 1981, p. 54. Edición en castellano: *Esto no es una pipa*. Barcelona: Anagrama, 1981, p. 80.
2. Andy Warhol: «What Is Pop Art?», entrevista con G. R. Swenson, *Art News*, vol. 62, n° 7 (noviembre de 1963), p. 26.
3. Victor Bockris: *The Life and Death of Andy Warhol*. Londres: Fourth Estate, 1989, p. 415. Me remito a la edición inglesa de la biografía de Bockris porque es más completa que la publicada en Estados Unidos. Véase asimismo Jed Johnson: «Inconspicuous Consumption», *The Andy Warhol Collection*. Nueva York: Sotheby's, 1988, vol. v.
4. *Ibíd.*, p. 416.
5. En relación con las polaroids de genitales masculinos, véase la nota 9. La cifra de 66.000 fotos la cita Ludger Derenthal en «Andy Warhol, Photographic Tradition and Zeitgeist», *Andy Warhol - Photography*. Hamburger Kunsthalle y Andy Warhol Museum, Pittsburgh/Zúrich: Edition Stemmler, 1999.
6. Algunas muestras de la colección de fotografías de Warhol –fotografías propias y de otros– se pudieron ver en la reciente exposición *Andy Warhol Photography*, y varias de ellas se reproducen en el catálogo de la exposición.
7. Walter Benjamin: «The Collector», *The Arcades Project*. Cambridge: Harvard University Press, 1999, pp. 203–211. Edición en castellano: *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal, 2005.
8. *Ibíd.*, p. 204.
9. Warhol: «Durante esta época [1969] tome miles de polaroids de genitales. Siempre que aparecía alguien nuevo en la Factory, daba igual que pareciera un tipo serio y estirado, le pedía que se quitase los pantalones y que me permitiera fotografiar su polla y sus huevos. Era sorprendente quién me lo permitía y quién se negaba.» Warhol y Pat Hackett: *POPism: The Warhol Sixties*. Nueva York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1980, p. 294. Edición en castellano: *POPism: The Warhol Sixties. Diarios [1960-1969]*, trad. de Beatriz Iglesias. Barcelona: Alfabia, 2008.
10. Victor Bockris, op. cit., p. 418.
11. Daniel Stern: *The Interpersonal World of the Infant: A View from Psychoanalysis and Developmental Psychology*. Nueva York: Basic Books, 1985, p. 138.
12. *Ibíd.*, p. 139.
13. *Ibíd.*, p. 141.
14. Ludger Derenthal: «Andy Warhol, Photographic Tradition and Zeitgeist», *Andy Warhol - Photography*. op. cit., p. 63.
15. Callie Angell: «Andy Warhol Screen Tests», *The Films of Andy Warhol Catalogue Raisonné*. Nueva York: Abrams, 2006, vol. 12, p. 14.
16. Las últimas pruebas de pantalla fueron más experimentales y estuvieron menos sujetas a normas, por lo que tienen mayor movimiento; a veces hay primeros planos, a veces hay alejamientos para proyectar tras ellos imágenes de la Velvet Underground durante la famosa fase del «exploding plastic inevitable».