

FORBES

ForbesLife

Artă & Cultură



O supă de 20 de milioane de dolari

Dacă arta s-ar vinde la bursă, creațiile Pop Art ar fi, în prezent, cele mai „fierbinți” acțiuni din portofoliul investitorilor. Operele lui Roy Lichtenstein sau Mel Ramos au făcut întreaga Europă să se reîndrăgostească, subit, de benzile desenate și de eroii de poveste. O dragoste sinceră sau... din interes?

DE DIANA-FLORINA COSMIN (VIENA)

„Să fie el cel mai prost artist din SUA?” Personajul vizat de această întrebare malițioasă: artistul Pop Art Roy Lichtenstein. Autorii puși pe cârcotit: jurnaliștii de la revista americană „Life”. Se întâmpla în 1964, la doar doi ani după ce curentul Pop Art –, considerat în egală măsură artă și kitsch – luase cu asalt scena artistică newyorkeză. Pe principiul „mai bine mai târziu decât niciodată”, întrebarea a primit un răspuns pe măsura tendențiozității sale în luna noiembrie a anului trecut, când un tablou al lui Lichtenstein – „Ohhh... alright...” – s-a vândut la o licitație Christie’s cu suma-record de 42,6 milioane de dolari.

Șocul este cu atât mai mare cu cât tabloul în sine reprezintă doar un pătrățel supradimensionat de bandă desenată întruchipând o roșcată care vorbește la telefon, cu o bulă de dialog pe care stă scris titlul operei: „Ohhh... alright...”. Printre posesorii anteriori ai creației s-au numărat comicul american Steve Martin și magnatul cazinourilor, Steve Wynn.

Acesta din urmă a făcut o afacere profitabilă în urma vânzării-record de la Christie’s, dat fiind că opera lui Lichtenstein și-a triplat valoarea în ultimii cinci ani. La achiziția din 2005, pictura în ulei pe pânză „Ohhh... alright...” reprezentase, pentru miliardarul Wynn, un „chilipir” de 16,2 milioane de dolari.

În aceeași seară de glorie post-mortem a lui Lichtenstein, contemporanul său, artistul pop Andy Warhol, înregistra, tot post-mortem, suma de 23,8 milioane de dolari pentru pictura „Conserva de supă Campbell cu deschizător”. Competitorii casei de licitații Christie’s – Sotheby’s și, respectiv, Phillips de Pury – au vândut la rândul lor, la doar câteva zile distanță, „Sticla mare de Coca Cola” a lui Warhol cu 35,3 milioane de dolari și, respectiv, „Bărbații din viața ei” (tabloul reprezentând-o pe Elizabeth Taylor împreună cu soții săi) cu 63,3 milioane de dolari.

Glorioasa reîntoarcere a creațiilor Pop Art în grațiile iubitorilor de artă nu este întâmplătoare, iar sumele amețitoare vehiculate reprezintă doar

vârful aisbergului. În ultima jumătate de an s-au organizat expoziții retrospective Pop Art atât peste Ocean cât și în Europa, iar lumea întreagă pare să-și regăsească, pe timp de criză, apetitul pentru creații la limita dintre cultură urbană, artă și amuzament.

Cele mai recente expoziții europene pe profil Pop Art – „Roy Lichtenstein – Desenele alb-negru 1961-1968” și, respectiv, Mel Ramos – „Fete, bomboane și benzi desenate” – se derulează până în luna mai la muzeul vienez Albertina. În aripa



Popularul domn Lichtenstein (1923-1997)

» Curentul Pop Art, apărut în SUA la începutul anilor '60, folosește ca inspirație și materie primă elemente din cultura populară: bannere publicitare, reviste de benzi desenate și produse de larg consum – sticle de ketchup, Coca-Cola sau 7Up, pachete de țigări sau conserve de supă. Pop Art a apărut ca reacție la expresionismul abstract american de după cel de-Al Doilea Război Mondial.

» Când a început să picteze imagini inspirate de reclame și benzi desenate, Roy Lichtenstein era profesor de artă la Douglass College din cadrul Universității Rutgers din New Jersey. Deși a fost, o vreme, exponent al expresionismului abstract, Lichtenstein s-a dovedit mai atras de transpunerea pe pânză a unor personaje pop precum Bugs Bunny, Donald Duck sau Mickey Mouse.

dedicată expoziției lui Lichtenstein, două ore trec la fel de ușor precum douăzeci de minute, lăsându-ți senzația că ai citit o imensă bandă desenată, pictată pe pereți în loc de coli de hârtie. Conceptul original le aparține celor de la Morgan Library & Museum din New York și a presupus o muncă titanică de împrumut, de la diverșii proprietari privați, a celor aproximativ 50 de desene realizate de celebrul artist Pop Art.

Deși în cariera sa Lichtenstein a realizat circa 3.000 de desene alb-negru, majoritatea sunt doar schițe premergătoare picturilor pe pânză sau studii pentru lucrări mai ample. Desenele de la Albertina reprezintă singurele creații alb-negru care acced la statutul de opere de artă de sine-stătătoare, folosind aceleași teme ca și creațiile color: benzile desenate și fotografiile comerciale din reviste sau broșuri publicitare.

Cea mai mare parte a creațiilor lui Lichtenstein expuse la Albertina sunt bucați de benzi desenate inspirate cu fidelitate din reviste pentru femei, precum „Girls’ Romances”. Într-o vitrină de sticlă, împreună cu ustensilele de desen tehnic ale lui Lichtenstein (inclusiv tiparele prin care realiza celebrele puncte care îi individualizează creațiile) se află câteva dintre exemplarele care l-au inspirat pe american. Desenul „Him”, expus la loc de cinste, este inspirat de numărul din decembrie 1967 al „Girls’ Romances”, mai precis dintr-o bucată de bandă desenată în care personajul feminin privește, suspinând, portretul iubitului care nu-i împărtășește dragostea.

Secvența originală arată portretul ținut în mâinile eroinei, cu câteva elemente de mobilier vizibile pe fundal, ca și cum întreaga scenă ar fi privită de către o a treia persoană. În tabloul lui Lichtenstein, chipul din portret este reproduș întocmai, singura diferență reprezentând-o unghiul din care este pictat personajul masculin: cel care privește tabloul are impresia că se află în aceeași poziție cu femeia care ține portretul. Și acesta este doar un exemplu al micilor arti-ficii artistice făcute de Lichtenstein în



Roy Lichtenstein – „El” (1964) – reproducere a unei benzi desenate din „Girls’ Romances”.



Roy Lichtenstein – „Fată în baie” (1963) – inspirată de o reclamă din revistele pentru femei.



Roy Lichtenstein – ușa „Nok Nok” face parte din proiectul mai amplu numit „O cameră” (1967).

transpunerea pe pânză a unor banale personaje de bandă desenată.

Printre expozate se află și celebra sa ușă pictată, cu onomatopeea „NOK, NOK”, care face parte dintr-un proiect nonconformist din 1967. Tema acestuia: transformarea unei încăperi într-o bandă desenată, prin câteva „găselnițe” artistice bine alese.

Americanul a pictat în alb o cameră fără ferestre și a desenat, apoi, ușile, conturul pereților, întrerupătoarele și caloriferele, cu vopsea neagră și bandă adezivă de aceeași culoare. Recunoscut drept un pasionat al onomatopeelor (modul grafic prin care sunt exprimate sunetele în benzile desenate), Lichtenstein a pictat ușa cu inscripția „SLAM” (și reprezentare grafică, prin linii, a „zgomotului” făcut prin izbitura de perete), o alta cu „NOK NOK”, iar întrerupătoarele cu „KLIK”.

Dacă majoritatea artiștilor aspiră să ducă tridimensionalul în bidimensional, Lichtenstein recunoștea în 1972 în cartea omonimă a lui John Coplans că a fost „dintotdeauna fascinat de transpunerea simbolurilor bidimensionale în cele trei dimensiuni ale spațiului”. Rigurozitatea detaliilor merge până la punctul în care doar umbra clantei este reprezentată cu vopsea neagră iar restul liniilor ușii sunt trasate cu bandă adezivă de aceeași culoare.

Fete, bomboane și benzi desenate

Ultimele desene alb-negru ale lui Lichtenstein, prezente în expoziția de la Albertina, reflectă o schimbare de direcție survenită în abordarea artistică a americanului, la mijlocul anilor '60. Acesta a renunțat la desene animate dar și la „Girls’ Romances” pentru o varietate mai mare de surse de inspirație. Două dintre expozate – „Templul lui Apollo” și, respectiv, „Diana”, sunt reproduse, în stil Pop Art, după o ilustrată din Corint și, respectiv, după o bijuterie vintage cu camee.

Deși este adesea asimilat „la grămadă” cu Lichtenstein și Warhol în cadrul curentului Pop Art, diferențele dintre stilul lui Mel Ramos (care are la rândul său o expoziție la Albertina în paralel cu Lichtenstein) și cei dintâi sunt radicale. Andy Warhol a preluat simboluri pop, precum Marilyn Monroe sau Liz Taylor, precum și produse de larg consum și le-a transformat în artă prin



42,6 milioane \$
Suma cu care a fost vândut tabloul în ulei pe pânză „Ohhh...alright...” al lui Roy Lichtenstein.

imagini repetitive, pe diverse combinații de culori. Roy Lichtenstein a preluat elemente de benzi desenate și le-a dus la rang de artă, ca schițe alb-negru sau picturi, realizate cu ajutorul instrumentelor de desen tehnic. Ramos, în schimb, a folosit din plin elementele comerciale – sticle de 7Up ori Coca-Cola, pachete de țigări Lucky Strike sau Vantage ori o sticlă de ketchup Heinz – însă doar ca pretext pentru o demonstrație de artă în care personajele principale sunt femeile. Cel mai adesea, acestea sunt desenate complet goale, cu urmele de sutien și bikini clar trasate, ca și cum s-ar fi bronzat „cu dungi”. Ramos nu a folosit niciodată modele în carne și oase, ci a fost inspirat de imaginea tip „pin-up”

a frumuseților feminine promovate în revistele glossy ale vremii. Marea sa pasiune, exemplificată din plin în cadrul expoziției „Girls, Candies and Comics“ („Fete, bomboane și benzi desenate“ – n.red) de la Albertina o reprezintă, însă, reinterpretarea cu tentă ironică înțepătoare a unor artiști renumiți precum Amedeo Modigliani (colecția „You Get More Salami With Modigliani“ care reprezintă femei din epoca modernă pictate în ipostaze



Mel Ramos: „Mr. 7Up“

» Născut în Sacramento, California, Mel Ramos (76 de ani) este unul dintre cei mai reprezentativi artiști din curentul PopArt.

» Cea mai mare parte a creațiilor sale au în centrul atenției femeile, fie că este vorba de reprezentări pe pânză ale unor coperti „Playboy“ din anii '60, de imagini ale unor produse de larg consum (sticle de suc sau ketchup, pachete de țigări sau ambalaje de Snickers) însoțite de femei nud sau pur și simplu reinterpretări stil Pop Art ale portretelor de femei create de alți pictori, precum Modigliani, Ingres, Bonnard sau De Kooning.

» Expoziția de la muzeul vienez Albertina a fost pregătită încă din 2010, anul în care Mel Ramos a aniversat 75 de ani de viață.

identice cu cele din tablourile lui Modigliani) sau olandezul Willem De Kooning (seria „I Get a Thrill When I See Bill“, în care corpul personajelor este desenat în stilul expresionismului abstract iar capul este un desen stil PopArt).

Printre creațiile semnate de Mel Ramos și prezentate în cadrul expoziției de la Albertina se numără și câteva tablouri cu personaje de desen animat, precum Batman, Captain Midnight, Hawkman sau Wonder Woman. Spre deosebire de creațiile lui Lichtenstein, care prezintă eroii în contextul original, cel din banda desenată, Ramos îi plasează pe un fundal neutru, scoțându-le în evidență statutul uman. La momentul în care au fost realizate picturile, în anii '60, Statele Unite ale Americii erau sfâșiate în războiul din Vietnam, iar umanizarea acestor eroi ai Binelui avea ca mesaj și speranța unei păci viitoare.

Cândva, Mel Ramos a fost întrebat de un critic de artă dacă are vreo strategie în transpunerea pe pânză a eroilor săi de legendă, precum Wonder Woman sau Captain Midnight. Comparația formulată de american în răspunsul său s-a dovedit surprinzător de profundă și nu tocmai lipsită de modestie: „Homer a scris despre zei deși nu i-a inventat nici pe ei și nici alegoriile din care fac parte. El doar a simțit importanța acestor figuri mitologice, le-a structurat într-un mod logic și le-a prezentat într-un stil atractiv“.

Definiția lui Ramos îl face pe Homer să pară un strălucit om de marketing. Iar dacă înlocuim zeii cu idolii de bandă desenată, toți criticii care au strâmbat vreodată din nas în fața unui tablou cu o sticlă de ketchup sau a unei domnișoare în nud sprijinind o sticlă de 7Up ar trebui să-și recunoască, oficial, înfrângerea. „Odiseea“ artiștilor PopArt a meritat efortul. Și-au construit faima și au încasat bani buni de pe urma unei strategii... vechi de când lumea. **F**



Mel Ramos –
Delia Monty
(1971)



Mel Ramos –
tablou din seria
„I Get a Thrill
When I See Bill“



Mel Ramos –
Wonder Woman
(1962)