

Exposició: **AMÉRICA AMÉRICA**  
**Colección IVAM**

Institut Valencià d'Art Modern.(IVAM)  
12 diciembre 2012 – 24 febrero 2013

Comisario: Joan Ramon Escrivà

Organiza: Institut Valencià d'Art Modern. IVAM

Colabora:



-----

La exposició, conformada por obras procedentes íntegramente de la colección del IVAM, centra su análisis en la irrupción y desarrollo del mito de los Estados Unidos y su influencia decisiva en el debate sobre la cultura visual contemporánea. La muestra plantea un recorrido a través de los signos que han configurado la poderosa iconografía de los Estados Unidos, interpretados por artistas norteamericanos y europeos, hasta la década de los años 70 del S. XX.

Estructurada en 6 capítulos temáticos (I-METRÓPOLIS Y RASCACIELOS. II-BROADWAY-HOLLYWOOD: COMIENZA EL ESPECTÁCULO. III-AMERICANOS. IV-CULTURA POPULAR. V-FAMILY. UTOPIA. VI-GOLPE AL SUEÑO AMERICANO) la exposición reúne alrededor de ciento sesenta obras entre fotografías, documentos, magazines, libros, esculturas, vídeos y pinturas de relevantes artistas del siglo XX como Lewis Hine, Edward Steichen, Walker Evans, Robert Frank, Diane Arbus, John Baldessari, Robert Rauschenberg, Öyvind Fahlström, John Hearfield, Dorothea Lange, Richard Hamilton, Josep Renau, Equipo Crónica o Erró, entre otros.

Una revisión de la iconografía con la que se ha construido el mito del sueño americano, así como la visión de sus promotores en el terreno de las artes plásticas y la reflexión de sus influyentes detractores. El catálogo publicado con motivo de la exposición reproduce las obras expuestas y reúne textos de Consuelo Císcar y Joan Ramón Escrivà.

Desde su conversión en potencia hegemónica indiscutible a partir de la II Guerra Mundial, el modelo de vida y la producción cultural de los Estados Unidos han

sido objeto intermitente tanto de una gran fascinación como de un profundo rechazo entre los diferentes estratos de la intelectualidad occidental.

#### I-METRÓPOLIS Y RASCACIELOS.-

A finales del siglo XIX, y gracias en buena medida a la difusión realizada por las nuevas revistas ilustradas, los europeos recibieron con gran expectación la transformación experimentada por las ciudades de Chicago y Nueva York gracias a su novedosa planificación urbana, pero sobretodo a la construcción de sus colosales rascacielos de acero y a sus extraordinarias obras de ingeniería.

El bullicio de la ciudad y el gigantismo de sus rascacielos transforman, así pues, los paradigmas de la mirada y de la experiencia sensorial y, en consecuencia, los modos de su representación. La ciudad comienza a imaginarse, leerse e interpretarse a la manera de un collage, es decir, una construcción acientífica y dislocada de fragmentos. La ciudad deja de ser representada como una visión perspectiva y estática para convertirse en una maraña compleja y dinámica de fragmentos de puentes, trenes, viandantes y rascacielos que se amontonan y confunden en un bullicio apasionado e infernal. Escritores, periodistas, arquitectos y artistas de todos los rincones de Europa (como Mayakovski, Adolf Loos, Francis Picabia, Richard Neutra, Mario Bucovich o Robert Frank, por citar unos pocos) emprendieron sus respectivos viajes iniciáticos a los Estados Unidos en busca de su particular confrontación con el mito.

#### II-BROADWAY-HOLLYWOOD: COMIENZA EL ESPECTÁCULO.-

La industria del espectáculo cinematográfico fue uno de los actores principales en el proceso de expansión de la hegemonía cultural norteamericana. El cine americano se imponía sin apenas resistencia al cine europeo gracias a sus grandes inversiones, su esquema de producción en serie, sus cuidadas escenografías y la calidad de su fotografía.

La facultad de convicción de la imagen fotográfica, unida a su enorme poder de síntesis y amplificación, corroborado por el éxito alcanzado entre el público por el cinematógrafo, se extendió a los novedosos semanarios ilustrados que, con el desarrollo alcanzado por la técnica fotográfica y la fotoimpresión, se convirtieron en uno de los medios principales de divulgación de noticias, reportajes temáticos y, no menos importante, inserciones publicitarias destinadas a las clases medias. A través de estos magazines circularon entre los europeos los grandes inventos que dieron progresivamente forma al sueño americano y su estética de la abundancia: sus cadenas de montaje, sus monumentales edificios, sus automóviles Ford, sus tractores y segadoras, sus apartamentos luminosos y aireados, sus electrodomésticos. Incluso la misma noción de confort.

#### III- AMERICANOS —

Las revistas americanas como *Life* se habían convertido, junto a las películas de Hollywood, en una de las mejores cartas de presentación de la utopía americana hasta la popularización de la televisión a finales de los años cincuenta del siglo XX. La fotografía jugó un papel determinante en estos magazines. Sin duda, fue ésta su época más brillante. La mayoría de los semanarios abrían sus páginas con reportajes fotográficos e incluían foto-ensayos de las más prestigiosas firmas del momento. El fotomontaje también ocupó un lugar destacado en estos

formatos de comunicación. Fueron relevantes para la remoción de las conciencias y las leyes sociales de la época fotografías como las de Lewis Hine sobre las indignantes condiciones de trabajo de niños e inmigrantes en las fábricas y minas de Norteamérica a principios de siglo que se convertiría en una auténtica referencia para la fotografía social del siglo XX. Como posteriormente las imágenes que ilustraron las secuelas sociales de la Gran Depresión de fotógrafos como Walker Evans, Dorothea Lange, Carl Mydans, Arthur Rothstein, Jack Delano, Marion Post, Gordon Parks, Russell Lee, que participaron en el programa de la Farm Security Administration (FSA. 1935-1944).

#### IV-CULTURA POPULAR.-

El final de la Segunda Guerra Mundial dio paso, no sólo a un nuevo mapa político internacional, sino al inicio de un nuevo y prolongado período de enfrentamiento ideológico entre los dos grandes bloques nacidos de los pactos de las grandes potencias vencedoras durante la inmediata postguerra. En este marco de hostilidades se difunden las imágenes diseñadas de felicidad doméstica, empleando un arma nueva que perfecciona el papel del diseño publicitario, las imágenes de los mass media y la publicidad de las virtudes del modelo de vida americano. La disección de las visiones codificadas por la publicidad y el cine estarán presentes en la mayoría de los artistas del momento a ambos lados del Atlántico. La dialéctica entre el arte y la cultura popular, y entre esta y los medios de comunicación, fue uno de los ejes centrales de reflexión de toda una nueva generación de jóvenes artistas durante los años 50 y principios de los 60.

#### V-FAMILY. UTOPIA.-

En el esquema de dicha propaganda fue muy importante la exhibición de imágenes de los nuevos objetos de consumo: automóviles, televisores y sobre todo, los nuevos tipos de vivienda que surgían en las áreas periféricas de las ciudades. Nuevas construcciones que proporcionaban interiores aireados y luminosos, zonas ajardinadas y cocinas equipadas con todo tipo de electrodomésticos. Un nuevo modelo de vida que ilustraba la idea de confort y representaba el sueño del americano de clase media. Las innovaciones en el ámbito de los materiales y su fabricación en serie, pero sobretodo la pulcritud de su diseño y su cuidada puesta en escena –ya fuera en los escaparates comerciales de las calles, o en las páginas de las revistas ilustradas- confirió a los objetos de uso cotidiano un nuevo y extraordinario poder: el de generar el deseo irremediable de adquirirlos.

A finales de la década de los 50 surgiría en Inglaterra una nueva generación de artistas y arquitectos aglutinados en torno a The Independent Group que reaccionó contra la elitista cultura académica europea reivindicando la innovación, la estética y los logros de la cultura popular norteamericana armonizando grandes dosis de admiración pero también de refinada ironía. Dejaban así establecidas las bases del Arte Pop y su compleja relación con el mito.

#### VI-GOLPE AL SUEÑO AMERICANO.-

La controversia en torno al modelo de vida americano fue un fenómeno que transcurrió en paralelo al propio proceso de construcción de su poderosa iconografía, y tuvo lugar a ambos lados del Atlántico.

En Europa los principales grupos de repulsa al mito americano provenían de las filas artísticas e intelectuales afines a la izquierda revolucionaria. En 1925, el poeta futurista Vladímir Mayakovski viajó a los Estados Unidos y relató en su libro *América* su mezcla de admiración pero también su profunda repulsa hacia las diferencias sociales de ese país. En los años treinta, el artista John Heartfield (que diseñaría varias de las cubiertas de los libros de Upton Sinclair) mostraría con sus fotomontajes una visión grotesca y degradante del modelo de vida americano. Muy influenciado por la obra de este artista alemán, el valenciano Josep Renau realizaría con su serie de fotomontajes *The American way of life* uno de los esfuerzos artísticos más comprometidos con la deconstrucción sistemática del sueño americano.