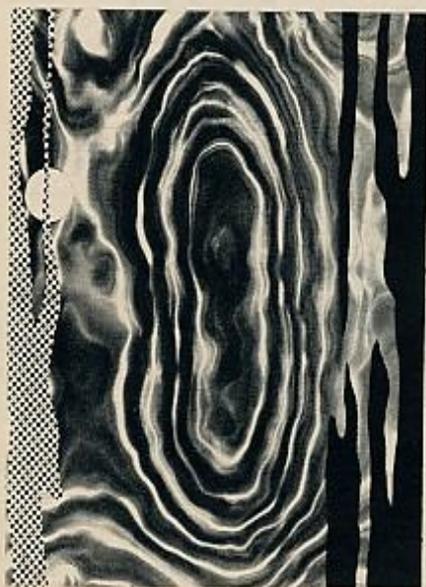


POP-ART SHOW

ES indudable el «impasse» en que se encuentra el arte contemporáneo en orden al hallazgo de nuevas formas que concreten las exigencias de la figuración moderna. Picasso, desde hace tiempo, se dedica a la cerámica.

Tanto el Pop-Art como el Op-Art, pueden encuadrarse dentro del amplio marco de inquietudes artísticas que buscan y pretenden la creación de un nuevo representativismo y, realmente, en último análisis, es cierto que, sobre todo, el Pop no es más que la «representación», artísticamente sublimada, de la sociedad de los objetos, del consumo masivo de artículos publicitados. No es casualidad el que, todavía, el Pop-Art haya arraigado solamente en esas sociedades que tienen una enorme «sub-cultura» comercial, es decir, Estados Unidos e Inglaterra. El presidente de la Philip Morris, George Weissman (bajo cuyo patrocinio se celebra ahora, en la Sala Kreysler de Madrid, una exposición en Op), señala a

Una original composición del pintor Roy Lichtenstein, expuesta en Madrid, titulada «Paisaje lunar», típica manifestación del Optical Art americano.



Mrs. Angier Biddle Duke, esposa del embajador de Estados Unidos en España, comenta con el señor Bernado de Quirós, jefe del servicio de actividades publicitarias, la exposición de «pop-art» patrocinada por la Philip Morris International. Entre los treinta cuadros que figuran bajo el título «Marlboro Pop Art Show», varias imágenes de J. Kennedy. La exposición permanecerá abierta hasta el día treinta de este mes.



Hugh Cullman, vicepresidente de Philip Morris, y Albert Bellot, coordinador para Europa, en animada charla con el pintor Pop James Rosenquist.

este respecto: «También nosotros sabemos que los conceptos expresados en nuevas formas de diseño e imaginación son esenciales para el bienestar continuado de nuestra propia compañía, ya que nosotros confiamos plenamente en las formas exploratorias del arte para proporcionar la base para el diseño comercial aplicado». La frigidaire sustituye al bodegón, y el cómodo water-closed o poliban

a los monstruos del subconsciente onírico. En una palabra, el arte y los artistas, al servicio de la venta masiva de objetos de consumo. La imaginación comercial se convierte no en una «nueva forma de la naturaleza», sino más bien en una «nueva sublimación de la venta a plazos». En este sentido, y sólo en este sentido, es legítimo hablar de Popular Art, pues la pretensión de ser un arte auténticamente popular excede, con mucho, las actuales manifestaciones del «kitsch» (mamarracho) art.

La diferencia entre el Pop y el Op radica, fundamentalmente, en que no se parecen en nada como no sea en el nombre: Pop - P = Op. Mientras el Pop incluye en la composición elementos materiales de la vida diaria, el Op, «Optical Art», actúa con modelos fijos y estáticos, puramente retinales.

(Fotos flel y «Pop-Art Shows»)



¿Una imitación de Kandinsky? Un grabado de «costumbres» de Peter Phillips, utilizando una pantalla de seda sobre una brillante lámina plateada.