

Warhol, esa gran máquina

Papús von Saenger

Todo en Warhol se volvió mítico; sus sopas, sus marilys, sus noches en el Estudio 54, su Factory plateada en East 47th Street. Su obra se convirtió en la quintaesencia del *souvenir* de viaje, transformó el arte en un producto de consumo como las latas de atún que retrataba, fue el resultado del temible encuentro entre la estrategia duchampiana (que avala cada gesto de los artistas), la amplitud de los trazos picassianos y los medios de reproducción masiva.

Un artista no nace, ni se hace: se fabrica. El oráculo de la famosa maldición según la cual todos seríamos famosos por quince minutos en un futuro creó un breviario de citas y reflexiones en donde se despidió de las nimiedades del anonimato y lo anunció antes de que pudiera ser delatado; fabricó un culto a su persona mitificando todos los aspectos de su vida, hasta que éstos sólo existieran cuando fueran tipificados por el dinero, el poder y la fama.

Andrew Warhola nació en Pittsburgh en 1928, en plena depresión económica. Hijo de trabajadores emigrantes de Eslovaquia que apenas hablaban inglés, y homosexual en una época en que todavía era un crimen serlo, el talento de Warhol —como adaptó su apellido al inglés— siempre tuvo algo que se asemejaba a un ajuste de cuentas. Enfermizo, desde chico mostró una inclinación por el arte y por la lectura de cómics y de revistas de cine, donde incubó su inteligencia gráfica y su obsesión por el mundo de la farándula. Estudió arte y, después de graduarse, se mudó a Nueva York en el 49; ahí se convirtió en uno de los dibujantes publicitarios mejor pagados. Pero Warhol quería más, quería ser un artista famoso como Pollock, como Rauschenberg, como de Kooning. O más.

Warhol empezó a hacer dibujos a lápiz de portadas de periódicos —que están en el origen de la apropiación de la imagen—, de anuncios publicitarios, de

billetes de dólares y de otros objetos del deseo. El Pop giraba en torno al gusto por la cosas, pero no era una relación en la que se rescatara su belleza oculta o la relevancia de las imágenes, sino su poder de incitación. En 1962 Warhol tuvo su primera exposición de dibujos a lápiz de latas de sopa, que más tarde complementaría con instalaciones de cajas de cartón de detergente y de cereales. La necesidad de crear obra rápidamente lo llevó a la reproducción automática en serigrafía de objetos de consumo diario, que eran a la vez un estandarte de la firmeza del sueño americano. Después empezaría a producir imágenes de choques automovilísticos, de sillas eléctricas, de suicidios, de accidentes de avión, como una contraparte lógica del progreso que tanto veneraba, y como delación de la violencia intrínseca del colectivo americano. Deslumbrado por las estrellas de Hollywood, e imitando una estrategia de propagación, Warhol empezó a imprimir los retratos de Liz, de Marilyn, de Elvis, de Mao, de Muhammad, y de todo el que tuviera el dinero suficiente para comprar este acceso automático a la celebridad.

El 3 de junio de 1968, una mujer que frecuentaba la Factory le disparó tres veces a Warhol en el torso. Llegó muerto al hospital y ahí lo revivieron; siempre lamentaría no haber muerto ese día. Varios autores especulan que una parte de él desapareció entonces, el Warhol vanguardista, en el que subsistía un vestigio de humanidad. Cuando se recuperó se entregó enteramente al monstruo mediático, y nos arrastró hacia una franquicia del ser que quedaría relegada a su imagen, que sería consumida por su propia cultura, como una especie inferior. Y hoy que los algoritmos en los motores de búsqueda nos conocen mejor que nosotros mismos, la obra de Warhol asume el carácter de una obra costumbrista que retrata el momento en que nos replicamos infinitamente hasta casi desaparecer.